

**ANALISIS RANTAI NILAI PADA INDUSTRI OLAHAN IKAN TERI
ASIN PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

**(Studi pada UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran, Teluk Betung Timur,
Bandar Lampung)**

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh

IIS RAHAYU

1651010239

Program Studi: Ekonomi Syariah

Pembimbing I : Madnasir, S.E., M.Si.

Pembimbing II : Deki Fermansyah, S.E., M.Si



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1441H / 2020 M**

**ANALISIS RANTAI NILAI PADA INDUSTRI OLAHAN IKAN TERI ASIN
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

**(Studi pada UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran, Teluk Betung Timur, Bandar
Lampung)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**



Program Studi: Ekonomi Syariah

Pembimbing I : Madnasir, S.E.,M.Si.

Pembimbing II : Deki Fermansyah, S.E., M.Si

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1441H / 2020 M**

ABSTRAK

Implementasi rantai nilai berbasis etika bisnis islam adalah salah satu alternatif menanggulangi permasalahan yang dihadapi oleh dunia perindustrian baik kalangan Usaha Kecil, Menengah ataupun Besar. Terkhusus bagi UKM yang telah memiliki pamor sebagai Sentral Ikan Teri Asin di Provinsi Lampung dan telah memenangkan beberapa ajang perlombaan kategori UMKM Tingkat Nasional, maka perbaikan implementasi rantai nilai yang baik dirasa perlu untuk diterapkan.

Rumusan masalah dari penelitian ini antara lain bagaimana siklus produksi, bagaimana penerapan rantai nilai, serta bagaimana penerapan rantai nilai tersebut jika ditinjau dari perspektif etika bisnis islam. Tujuan penelitian yakni untuk mengetahui siklus produksi, menganalisis penerapan rantai nilai, serta mengetahui penerapan rantai nilai ditinjau dari perspektif etika bisnis islam yang telah diterapkan pada UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran, Bandar Lampung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, merupakan penelitian lapangan (field research) dengan metode *purposive sampling*. Jumlah partisipan adalah sebanyak 30 partisipan yang terdiri dari 2 jenis partisipan yakni 25 orang partisipan kunci dan partisipan non kunci berjumlah 5 orang.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah bahwasanya siklus produksi pada pengolahan produk ikan teri asin pada UKM Pulau Pasaran Bandar Lampung dilakukan dengan menggunakan metode sederhana atau tradisional. Mereka menggunakan garam sebagai bahan pengawet dan menjemur dengan memanfaatkan cahaya matahari guna menciptakan produk dengan kualitas unggul dibanding produk sejenis lainnya.

Rantai nilai yang diterapkan pada UKM Ikan Teri Asin di Pulau Pasaran juga masih menggunakan metode tradisional. Aktivitas logistik kedalam yang diterapkan adalah dengan menggunakan metode menjemput bola yang kemudian kegiatan operasional atau produksi dengan menggunakan metode penggaraman basah dan penjemuran secara alami dengan memanfaatkan cahaya matahari. Hasil produksi dipasarkan di dalam maupun luar wilayah kota Lampung. Presentase penjualan yakni 20% di dalam wilayah Lampung dan 80% pada Luar wilayah Lampung.

Metode pengangkutan hasil produksi dengan menggunakan transportasi laut maupun darat. Aktivitas rantai nilai di UKM Pulau Pasaran telah diaplikasikan sesuai dengan etika bisnis islam namun juga ada penyimpangan. Dalam pendistribusiannya, produsen mencampurkan ikan teri asin kualitas sempurna dengan ikan teri asin kualitas kurang namun dengan tingkat harga ikan teri asin dengan kualitas terbaik. Hal ini terjadi dikarenakan faktor pendukung seperti infrastruktur mesin modern operasional yang belum mendukung atau memadai.

Kata kunci : *Rantai Nilai, Ekonomi Islam, Etika Bisnis Islam*



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703260

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Iis Rahayu
NPM : 1651010239
Prodi : Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Analisis Rantai Nilai pada Industri Olahan Ikan Teri Asin Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran, Teluk Betung Timur, Bandar Lampung)**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bandar Lampung, 15 April 2020

Penyusun

Iis Rahayu
NPM. 1651010239



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarampe, Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : “Analisis Rantai Nilai Pada Industri Olahan Ikan Teri Asin
Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Ukm Ikan Teri
Asin Pulau Pasaran, Teluk Betung Timur, Bandar
Lampung)”

Nama : Iis Rahayu
NPM : 1651010239
Jurusan : Ekonomi Syaria’ah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

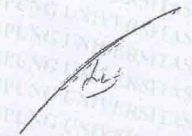
Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqasyah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I,


Madnasir, S.E., M.S.I.

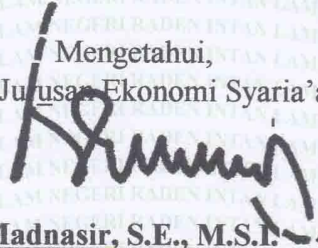
NIP. 197504242002121001

Pembimbing II,


Deki Fermansyah, S.E., M.Si

NIP. 198706042015031006

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Syaria’ah


Madnasir, S.E., M.S.I.
NIP. 19750424002121001.



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Analisis Rantai Nilai Pada Industri Olahan Ikan Teri Asin Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Ukm Ikan Teri Asin Pulau Pasaran, Teluk Betung Timur, Bandar Lampung)”** disusun oleh **Iis Rahayu, NPM. 1651010239** Program Studi **Ekonomi Syariah** telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal:

TIM PENGUJI

Ketua : Budimansyah, M.Kom.I

(.....)

Sekretaris : Linda Azizah, M.Ag

(.....)

Penguji I : Nurlaili, S.Ag., M.A

(.....)

Penguji II : Madnasir, S.E., M.S.I

(.....)



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I.

HP. 198 008012003121001

MOTTO

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٢٧﴾

Artinya :

Katakanlah: Sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam.



PERSEMBAHAN

Puji Syukur kepada Allah SWT. atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, dan kesabaran dalam proses penulisan dalam mengerjakan skripsi ini. Ingin saya persembahkan karya kecil ini untuk orang-orang yang aku sayangi dan cintai:

1. Kedua orangtua dan kakak ku tercinta dan terkasih, ibuku Jatmi dan ayahku Yahmin yang dengan Do'a dan kasih sayangnya selalu memberi dukungan moril maupun materil sehingga dapat menyelesaikan perkuliahanku.
2. Ucapan terimakasih untuk kedua pembimbing skripsi Bapak Madnasir, S.E., M.Si. dan Bapak Deki Fermansyah, S.E., M.Si. yang telah dengan sabar dan banyak memberi kemudahan dari awal pengajuan seminar hingga sidang munaqasyah.
3. Ucapan terimakasih sebanyak-banyaknya juga kepada Bank Indonesia KPW Lampung yang telah memberikan saya kesempatan untuk menjadi penerima bantuan beasiswa pembiayaan perkuliahan selama satu tahun terakhir dan memberikan kesempatan untuk bisa bergabung dengan Generasi Baru Indonesia (Gen-BI) sehingga memberikan pengalaman yang tak tergantikan.
4. Maria Ulfa dan Endang Riani yang membuat saya selalu bersyukur tiada henti memiliki teman seperjuangan seperti kalian. Terimakasih telah bersedia menerima saya sebagai teman yang apa adanya dan telah mengisi cerita pertemanan yang tak sekedarnya. Kalian teman yang sempurna impian banyak orang.

5. Sederet teman seperjalanan, terimakasih saya sampaikan kepada Pahrudin yang telah banyak membantu saya dalam setiap proses perkuliahan. Ong Arde Saliem yang selalu dengan sabar mendengar dan memberikan solusi atas keluhan kesah mengenai setiap kendala dalam proses mengerjakan skripsi. Anisa Nurmoulidahkhotimah, Maria Ulfa, Endang Riani, dan Septa Ayu Meliana teman seperbimbingan yang berjuang bersama menaklukan skripsi serta teman-teman *C swag* yang juga aku cintai.
6. Kepada rekan-rekan Kuliah Kerja Nyata yang namanya tidak bisa saya sebutkan satu per satu. Terimakasih telah memberikan cerita semangat kebersamaan dalam pengabdian kemasyarakatan dalam proses KKN yang dijalani.
7. Almamater tercinta, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung tempatku menimba Ilmu pengetahuan yang selalu kubanggakan.



RIWAYAT HIDUP

.Penulis bernama lengkap Iis Rahayu, lahir pada tanggal 20 November 1998 di Wonogiri, Jawa Tengah, anak kedua dari ibu Jatmi dan bapak Yahmin. Pada tahun 2003-2009 penulis mulai bersekolah di MJI. Kuripan, Teluk Betung Barat, Bandar Lampung. Kemudian melanjutkan ke MI. Miftahul Huda, Jawa Timur.

Pada tahun 2009-2012 melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama di SMP Raden Rahmat, Balongbendo, Jawa Timur. Pada tahun 2012-2015 melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Raden Rahmat Balongbendo, Jawa Timur.

Kemudian pada tahun 2016 melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi dan terdaftar sebagai Mahasiswi di Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, 15 Maret 2020

Yang Membuat,

Iis Rahayu

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Waramatullahi Wabarakatuh

Tiada sepatah katapun yang patut diucapkan selain kalimat tahmid dan tasyakkur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kesehatan dan kesabaran, serta tak lupa dihaturkan sholawat serta salam kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Rantai Nilai Pada Industri Olahan Ikan Teri Asin Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Ukm Ikan Teri Asin Pulau Pasaran, Teluk Betung Timur, Bandar Lampung)” .

Adapun maksud dari skripsi ini adalah untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi di jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Skripsi ini tidak dapat selesai tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu melalui kesempatan ini saya menyampaikan perasaan terdalam kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyusun skripsi ini. Kepada mereka, dengan segenap kerendahan hati ingin menghaturkan rasa bangga dan terima kasih tak terhingga:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Mukri, M. Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.
2. Bapak Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (UIN) Raden Intan Lampung yang telah memberikan izin kepada peneliti pada proses penelitian skripsi.

3. Bapak Madnasir, S.E., M.Si. .Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
4. Bapak Madnasir, S.E., M.Si. M.Kom.I, selaku pembimbing I dan Bapak Dedi Fermansyah S.E., M.Si. selaku pembimbing II yang dengan tulus telah meluangkan waktu dalam membimbing, mengarahkan dan memotivasi, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak dan ibu dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama menjadi mahasiswa.
6. Kepada rekan-rekan satu angkatan tahun 2016 Program Studi Ekonomi Syariah, yang tak dapat kusebutkan satu persatu yang selalu memberikan motivasi guna untuk menyelesaikan karya tulis ini.

Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi perbaikan dimasa mendatang. Semoga Allah SWT. Menjadikannya sebagai amal ibadah yang akan mendapat ganjaran disisi-Nya, dan semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua Amin.

Bandar Lampung, 15 April 2020

Penulis

Iis Rahayu
NPM: 1651010239

DAFTAR ISI

JUDUL	
HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	2
C. Latar Belakang	4
D. Fokus Penelitian.....	19
E. Rumusan Masalah.....	19
F. Tujuan Penelitian	20
G. Manfaat Penelitian	20
H. Metode Penelitian.....	21
 BAB II KAJIAN TEORI	
A. Landasan Teori.....	29
1. Rantai Nilai	
a. Definisi Rantai Nilai	29
b. Konsep Dasar Rantai Nilai.....	31
c. Langkah Analisis Rantai Nilai	45
2. Etika Bisnis Islam	
a. Pinsip-prinsip Etika Bisnis Islam	50
1) Prinsip Kesatuan/Tauhid/Keesaan	51
2) Prinsip Keadilan	52
3) Prinsip Kebenaran	53
4) Prinsip Kehendak Bebas	55
5) Prinsip Tanggung Jawab	56
B. Tinjauan Pustaka	58
C. Definisi Operasional Variabel.....	70
 BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Pulau Pasaran Kota Bandar Lampung	
1. Keadaan Geografis Pulau Pasaran	83
2. Keadaan Topografi Pulau Pasaran	83

3. Letak Administratif Pulau Pasaran.....	84
4. Keadaan Demografi Pulau Pasaran.....	84
5. Sarana dan Prasarana	87
6. Potensi Perikanan Pulau Pasaran	88
B. Deskripsi Data Penelitian	
1. Sejarah singkat berdirinya UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran, Bandar Lampung	89
2. Visi dan misi UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran, Bandar Lampung	90
3. Struktur Organisasi UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran, Bandar Lampung	91
BAB IV ANALISIS DATA	
A. Siklus Aktifitas Produksi yang dilaksanakan oleh UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran, Teluk Betung Timur, Bandar Lampung	
1. Proses Produksi Ikan Teri Asin Pulau Pasaran, Teluk Betung Timur, Bandar Lampung	102
2. Faktor-faktor Produksi Ikan Teri Asin Pulau Pasaran, Teluk Betung Timur, Bandar Lampung	112
a. Faktor Produksi Tidak Tetap.....	113
b. Faktor Produksi Tetap	128
B. Rantai Nilai Pada UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran, Teluk Betung Timur, Bandar Lampung	
1. Logistik Kedalam	195
2. Operasional	198
3. Logistik Keluar.....	200
4. Pemasaran dan Penjualan	202
5. Pelayanan Purnajual	203
C. Rantai Nilai UKM Ikan Asin Pulau Pasaran, Teluk Betung Timur, Bandar Lampung Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam	
1. Logistik Kedalam	213
2. Operasional	216
3. Logistik Keluar.....	217
4. Pemasaran dan Penjualan	219
5. Pelayanan Purnajual	220
BAB V PENUTUP	
A. KESIMPULAN	221
B. SARAN	228
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN - LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur	84
Tabel 3.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian	85
Tabel 3.3 Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	86
Tabel 3.4 Struktur Organisasi Ukmikan Asin Pulau Pasaran	91
Tabel 3.5 Daftar Ukm Ikan Teri Asin Pulau Pasaran.....	92
Tabel 3.6 Daftar Responden Ukm Ikan Teri Asin Pulau Pasaran .	96



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Rantai Nilai.....	33
Gambar 2.2 Proses Pemasaran Kompleks.....	41
Gambar 4.1 Proses Operasional Produksi Ikan Teri Asin Pulau Pasaran.	98
Gambar 4.2 Faktor-Faktor Produksi Ikan Teri Asin Pulau Pasaran	108
Gambar 4.3 Analisis Rantai Niai Ukm Ikan Teri Asin Pulau Pasaran.....	190



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Izin Riset

Lampiran 2 : Daftar Pertanyaan Wawancara

Lampiran 3 : Dokumentasi Wawancara Di Pulau Pasaran, Teluk Betung Timur,
Bandar Lampung



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Mempertegas pokok bahasan dalam penelitian ini, maka penulis merasa perlu untuk menjelaskan pengertian dari istilah-istilah yang terkandung dalam judul. Penjelasan yang terkandung dalam istilah judul tersebut diharapkan dapat menghilangkan kesalahpahaman pembaca dalam menentukan bahan kajian selanjutnya. Adapun istilah-istilah yang perlu dijelaskan adalah sebagai berikut :

1. Analisis

Menurut KBBI, analisis ialah penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan.¹

2. Rantai nilai

*“A value chain is a chain of activities. in the value chain, some of the activities are deemed to be primary, in the sense that these activities add direct value”.*² Rantai nilai adalah rantai kegiatan. dalam rantai nilai, beberapa kegiatan dianggap sebagai yang utama, dalam arti bahwa kegiatan ini menambah nilai langsung.

¹<https://kbbi.web.id/analisis>(diakses pada 25/11/19)

²M Porter, *Creating and Sustaining Superior Performance* (New York: The Free Press, 1985). Dikutip oleh Talya Bauer, dkk, *Prinsiples Of Management*, (Creative Commons, 2012)

3. Industri Olahan

Adalah suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah suatu barang dasar secara mekanis, kimia, atau dengan tangan sehingga menjadi barang jadi/setengah jadi, dan atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya, dan sifat lebih di dekatkan kepada pemakai akhir.³

4. Ikan Asin

Merupakan hasil olahan/pengawetan ikan dengan menggunakan bahan utama ikan dan garam.⁴

5. Perspektif

"Perspective is a way of looking at or thinking about something"
artinya, perspektif adalah cara melihat atau berfikir sesuatu.⁵

6. Etika Bisnis Islam

Adalah penerapan prinsip-prinsip ajaran islam yang bersumber pada Alqur'an dan al-hadist dalam dunia bisnis.⁶

B. Alasan memilih judul

Adapun alasan peneliti memilih judul ini mengandung dua unsur sudut pandang yakni secara objektif dan subjektif :

³<https://www.bps.go.id/subject/9/industri-besar-dan-sedang.html>. (25-11-2019)

⁴Asep Awaludin Prihanto, *Reaksi Kimia Produk Perikanan Tradisional* (Malang: UB Press, 2017).h.58

⁵Mohd Zulkifli Muhammad, 'An Analysis Of Islamic Ethics In Small And Medium Enterprises (Smes)', *Unitar E-Journal*, 4.1 (2008), h. 7

⁶Nawatmi S, 'Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam', *Jurnal Fokus Ekonomi*, 9.1 (2010), 50–58.h.82.h.58

1. Secara Objektif

Secara objektif beberapa hal yang menjadi alasan peneliti secara ialah sebagai berikut :⁷

a. Penentuan harga ikan asin terdominasi oleh agen di Jakarta.

Hal ini tidak sejalan dengan prinsip kebebasan berkehendak berbasis etika bisnis islam dimana dalam islam, menentukan harga yang berlaku secara alami tanpa campur tangan pemerintah dan kebebasan pedagang dalam menjual harga barangnya dengan wajar dengan pertimbangan *keuntungan* yang diperolehnya.

b. Keterbatasan Infrastruktur Teknologi operasional

Para pemilik UKM Ikan Teri Asin di Pulau Pasaran ini belum memiliki gudang penyimpanan dan juga mesin pendingin sebagai pendukung efisiensi kegiatan operasional produksi yang berpengaruh pada kualitas hasil produksi yang pada akhirnya menimbulkan penyimpangan dalam proses pengemasan yang tidak sesuai dengan etika bisnis islam.

2. Secara Subjektif

Adapun alasan peneliti memilih judul ini adalah sebagai berikut :

a. Judul yang diajukan sesuai dengan bidang keilmuan yang sedang penulis pelajari saat ini, yakni berhubungan dengan jurusan Ekonomi Syariah.

⁷ Wawancara dengan bapak Suhaidi selaku Ketua RT 09,16/12/2019

- b. Penelitian ini dirasa mampu untuk diselesaikan oleh penulis, mengingat adanya ketersediaan bahan literatur yang cukup memadai dan informasi lainnya yang berkaitan dengan penelitian baik data sekunder maupun data primer dan memiliki kemudahan akses dalam memperolehnya, serta akses letak objek penelitian juga mudah dijangkau oleh penulis.

C. Latar Belakang

Potensi lestari sumber daya ikan laut Indonesia sebesar 6,5 juta ton pertahun tersebar di perairan wilayah Indonesia dan Perairan Zona Ekonomi Eksklusif Indonesia (ZEEI) yang terbagi dalam sembilan wilayah perairan utama Indonesia. Peluang pengembangan usaha perikanan Indonesia juga memiliki prospek yang sangat tinggi. Potensi ekonomi sumber daya kelautan dan perikanan yang dapat dimanfaatkan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi diperkirakan mencapai USD 82 miliar per tahun.⁸

Jumlah UMKM yang ada pada saat ini sebanyak 65.766 unit usaha dengan kapasitas terpasang 639 ton dan menyerap tenaga kerja 174 ribu orang.⁹ Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. UMKM memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah telah mampu membuktikan eksistensinya dalam perekonomian di Indonesia.

⁸[SKRI] Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. 2016. Potensi besar perikanan tangkap Indonesia. [Internet]. [diunduh pada 2019 Desember 23]. Tersedia pada: <https://www.setkab.go.id>

⁹<https://kemenperin.go.id/artikel/16439/kemenperin-Targetkan-Utilisasi-Industri-Olahan-Ikan-Naik-Persen> (27/11/19)

Ketika badai krisis moneter melanda Indonesia di tahun 1998 usaha berskala kecil dan menengah yang relatif mampu bertahan dibandingkan perusahaan besar. Karena mayoritas usaha berskala kecil tidak terlalu tergantung pada modal besar atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing. Bisnis UMKM menyumbang PDB (Produk Domestik Bruto) sekitar 60% dan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat.

Salah satu industri olahan ikan yang akan diteliti dalam penelitian ini ialah UKM ikan teri asin Pulau Pasaran, Bandar Lampung sebagai sentra ikan asin terbesar di provinsi Lampung. Pulau Pasaran telah berubah menjadi sentra ikan asin dan penduduknya pun telah bertambah hingga ratusan kepala keluarga.¹⁰ Saat ini, terdapat 48 UKM di Pulau Pasaran yang terbagi dalam 5 kelompok besar, dan di setiap kelompok besar terdapat 5-10 anggota. Pulau Pasaran sendiri dalam sehari mampu memproduksi ikan asin hingga 50-10 ton.

Dalam hasil survei awal peneliti ke lokasi penelitian, terdapat beberapa hal yang menjadi kendala yang dihadapi oleh para UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran ini diantaranya¹¹ :

1. Penentuan harga ikan teri asin terdominasi oleh agen di Jakarta

Ketika hasil produksi membludak dari daerah lain, para perajin ikan teri asin disini harus rela menjual hasil produksi mereka walau dengan harga rendah. Hal ini tidak sejalan dengan etika bisnis islam dimana dalam islam, menentukan harga yang berlaku secara alami tanpa

¹¹ Wawancara dengan bapak Suhaidi dan bapak H.Rosyidin, 16/12/2019.

campur tangan pemerintah dan kebebasan pedagang dalam menjual harga barangnya dengan wajar dengan pertimbangan keuntungan yang diperolehnya.

2. Keterbatasan Infrastruktur Teknologi operasional

Para pemilik UKM Ikan Teri Asin di Pulau Pasaran ini belum memiliki gudang penyimpanan dan juga mesin pendingin untuk mendukung tingkat efisiensi kegiatan operasional produksi yang mengakibatkan beberapa kelemahan yakni produsen tidak bisa menyimpan hasil produksinya untuk menjualnya ketika tingkat harga pasar stabil.

Kemudian, ketika kuantitas hasil tangkapan nelayan sangat melimpah, terdapat kendala dimana para perajin kewalahan dalam melaksanakan proses pengeringan yang sempurna yang secara otomatis berpengaruh pada kualitas hasil produksi yang menjadi kurang maksimal dan mendorong para produsen melakukan kegiatan pengemasan yang sedikit menyimpang dimana mereka terpaksa menyampurakan hasil-hasil produksi dengan kualitas kurang baik tersebut dengan kualitas yang lebih baik. Hal ini tidak sejalan dengan etika bisnis islami dimana dalam kegiatan produksi seharusnya tidak mengandung unsur kebathilan.¹² Dari keterangan yang telah dijabarkan diatas mengilustrasikan bahwasanya industri olahan sangat banyak berkembang dan berpengaruh secara signifikan dalam aspek perekonomian baik bersifat regional maupun

¹²Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Lampung: LP2M Uin Raden Intan Lampung, 2015).h.53

nasional. Oleh karena itu segala hambatan yang terkait dengannya sangat patut untuk menjadi perhatian.

Dari berbagai permasalahan yang ditemukan dilapangan, secara teoritis permasalahan-permasalahan tersebut dapat diperbaiki dengan adanya pelaksanaan rantai nilai yang baik dalam segala kegiatan produksi. Bagaimana telah dinyatakan dalam penelitian yang dilakukan oleh Prakash P. Dkk, yang mempelajari rantai nilai ubi jalar di Odisha untuk menilai apakah ada peluang untuk memanfaatkan skala besar budidaya ubi jalar di negara bagian untuk meningkatkan gizi. Kerangka rantai nilai membantu dalam mengidentifikasi peluang tersebut dan cara-cara pemahaman dimana pertanian untuk program gizi dapat dilaksanakan secara lebih efektif.¹³

Analisis rantai nilai adalah pendekatan yang berguna dan praktis untuk memahami hubungan, komponen dan aktor dalam sektor atau industri, baik dari perspektif lokal atau sudut pandang global.¹⁴ Penelitian yang dilakukan Brighton Mvumi dan Learnmore Tatenda Matsikira menyatakan bahwa untuk mengurangi kerugian pisang pasca panen, perlu dilakukan pelatihan yang lebih luas dan peningkatan kesadaran di kalangan aktor rantai nilai tentang penyebab kerugian pasca panen. Infrastruktur yang lebih baik kepada petani untuk menghubungkan produsen ke pasar rantai nilai juga lebih efektif dalam memberikan

¹³P. Prakash and others, 'Biofortification for Reducing Hidden Hunger: A Value Chain Analysis of Sweet Potato in Odisha, India', *Agricultural Economics Research Review*, 30.2 (2017), 201 <<https://doi.org/10.5958/0974-0279.2017.00042.8>>.h.201

¹⁴Elvira A. Zamora, 'Value Chain Analysis: A Brief Review', *Asian Journal of Innovation and Policy*, 5.2 (2016), 116–28 <<https://doi.org/10.7545/ajip.2016.5.2.116>>.h.124

insentif keuangan yang memadai ditingkat produsen. Jika infrastruktur fisik dan informasi dapat ditingkatkan, juga bisa menjadi manfaat besar dalam peningkatan struktur, perilaku dan kinerja rantai nilai pisang pascapanen.¹⁵

Istilah rantai nilai menggambarkan cara untuk memandang suatu perusahaan sebagai rantai yang mengubah input menjadi output yang bernilai bagi pelanggan.¹⁶ Rantai nilai mungkin didefinisikan dalam dua cara yakni dalam perusahaan mereka menggambarkan berbagai tahap nilai tambah mulai dari pendistribusian bahan, menjual, dan melayani produk akhir. Juga menggambarkan tahap nilai tambah dari bahan baku untuk pengguna akhir sebagai produk yang diproduksi dan didistribusikan dengan setiap tahap industri.¹⁷ Sejalan dengan penelitian Mebrahtu Hishe dkk, yang menyimpulkan bahwa kerangka analisis rantai nilai memungkinkan pemahaman tentang bagaimana perubahan pola rantai nilai dan apa dampak ini pada berbagai elemen rantai dari produksi rumah tangga ke pengguna akhir. Pada saat yang sama, pendekatan membantu untuk memahami cara bahwa perubahan rantai nilai fundamental dapat mengubah produk dan kualitasnya.¹⁸

¹⁵Brighton Mvumi, Learnmore Tatenda Matsikira, and Jackqeline Mutambara, 'The Banana Postharvest Value Chain Analysis in Zimbabwe', *British Food Journal*, 118.2 (2016), 272–85 <<https://doi.org/10.1108/BFJ-08-2014-0293>>.h.183

¹⁶(Omar Dan Jaafar, 2011)h.207-208

¹⁷David W. Crain and Stan Abraham, 'Using Value-Chain Analysis to Discover Customers' Strategic Needs', *Strategy and Leadership*, 36.4 (2008), 31 <<https://doi.org/10.1108/10878570810888759>>.

¹⁸Mebrahtu Hishe, Zemedu Asfaw, and Mirutse Giday, 'Review on Value Chain Analysis of Medicinal Plants and the Associated Challenges', 4.3 (2016),h.54.

Melalui rantai nilai, potensi sumber diferensiasi produk atau jasa yang ditawarkan oleh organisasi dapat diidentifikasi. Analisis rantai nilai mengidentifikasi perubahan bahwa dapat membawa keunggulankompetitif yakni cara yang unik menggabungkan sumber daya dan keterampilan yang tersedia, sehingga sulit bagi pesaing untuk mengenali, memahami dan meniru.¹⁹ Rahul S Mor, dkk dengan penelitian yang mengungkap bahwa rantai nilai juga dapat membantu sektor industri untuk mencapai tingkat daya saing yang tinggi.²⁰ Melalui analisis rantai nilai kita dapat menyatakan bahwa untuk pertama kalinya kita mulai melihat setiap kegiatan tidak hanya sebagai biaya tetapi sebagai sesuatu yang harus menambah nilai tidak peduli seberapa kecil produk atau jasa akhir yang dihasilkan.²¹

Analisis rantai nilai / VCA (*Value Chain Analysis*) ialah analisis yang berupaya memahami bagaimana suatu bisnis menciptakan nilai bagi pelanggan dengan memeriksa kontribusi dari aktivitas-aktivitas yang berbeda dalam bisnis terhadap nilai yang berbeda.²² Penelitian lainnya yakni oleh C. Lubandi yang menyatakan bahwasub sektor yang mempekerjakan banyak aktor yang upaya dan perannya belum dimanfaatkan dengan maksimal, akan menimbulkan kerugian di seluruh

¹⁹Maria Popescu and Universitatea Transilvania Brasov, 'Value Chain Analysis in the Context of Quality Management', *Buletin Transilvania Universitas Braşov*, 4.53 (2015).h.127

²⁰Rahul S Mor, Arvind Bhardwaj, and Sarbjit Singh, 'A Structured Literature Review of the Supply Chain Practices in Food Processing Industry', 2018, h.597.

²¹Nurimansyah, 'Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Industri Pakaian Jadi Di Indonesia', 2011.

²²Yanivi Bachtiar & Cristine, *Srategic Management-Formulation, Implementation, and Control, Terjemahan* (jakarta: salemba empat, 2008).h.207-208

rantai nilai dan produksi. Oleh karena itu, dianjurkan bahwa membutuhkan peningkatan akses ke layanan dan upaya yang diperoleh dari semua pemain kunci, memperkuat sistem pemasaran dan partisipasi kelompok dalam perusahaan.²³

Analisis rantai nilai memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi bidang-bidang bisnis yang menciptakan nilai dan yang tidak menciptakan nilai.²⁴ Tiga dimensi pertama fokus pada isu-isu global, termasuk mengidentifikasi segmen rantai, ruang lingkup geografis industri, dan struktur tata kelola.²⁵

Analisis ini membagi bisnis menjadi kelompok-kelompok aktifitas, yakni aktifitas primer dan pendukung. Aktifitas primer adalah aktivitas yang terlibat dalam menciptakan fisik produk, pemasaran dan transfer ke pembeli, serta layanan purna jual. Aktivitas pendukung membantu perusahaan secara keseluruhan dengan menyediakan infrastruktur atau input yang memungkinkan aktivitas-aktivitas primer dilakukan secara berkelanjutan.²⁶

Rantai nilai terdiri dari berbagai kegiatan industri secara menyeluruh. Dimulai dari kegiatan produksi (logistik masuk, operasional dan logistik keluar), kegiatan yang berkenaan dengan distribusi (

²³C Lubandi and others, 'Analysis of the Indigenous Chicken Value Chain in Uganda', 3.June 2017 (2018), h.911.

²⁴Maria Popescu and Universitatea Transilvania Brasov, 'Value Chain Analysis', 4.2 (2015).

²⁵Stefano Ponte and others, *Global Value Chain Analysis: A Primer (Second Edition)*, *Handbook on Global Value Chains*, 2019 <<https://doi.org/10.4337/9781788113779.00008>>.h.73

²⁶X X I No, Ioan Lucian Grigorescu, and Land Forces Academy, 'Value Chain Analysis – Basic Element of an Organization's Competitive Advantage', XXI.2 (2015), 320 <<https://doi.org/10.1515/kbo-2015-0053>>.Ibid,h.208

pemasaran dan penjualan) hingga pelayanan purnajual yang didukung oleh infrastruktur perusahaan, manajemen SDM, pengembangan teknologi dan pembelian.

Islam telah menetapkan aturan-aturan pada berbagai kegiatan manusia tak terkecuali dalam kegiatan bisnis. Etika bisnis dalam perspektif islam adalah penerapan prinsip-prinsip ajaran islam yang bersumber pada Al-qur'an dan As-sunnah dalam dunia bisnis. Tuntunan Al-qur'an dalam berbisnis dapat ditemukan dalam prinsip-prinsip umum yang memuat nilai-nilai dasar yang dalam aktualisasinya disesuaikan dengan perkembangan zaman, dengan mempertimbangkan ruang dan waktu.²⁷

Sebagaimana diungkapkan oleh Al-Ghozali, bahwa tujuan etika dalam islam berpangkal dari pengabdian sepenuhnya pada Tuhan. Pemikiran etika Al-Ghazali sangat menekankan pada keselamatan individu baik di dunia sekarang maupun di akhirat nanti. Terdapat lima aksioma etika bisnis, yaitu prinsip kesatuan/tauhid/Keesaan, prinsip keadilan, prinsip kebenaran, prinsip kehendak bebas dan prinsip tanggung jawab.²⁸

Sejalan dengan etika bisnis dalam perspektif islam menurut Nawatmi yang menyatakan bahwasanya prinsip-prinsip dasar etika dalam islam dan praktek dalam bisnis adalah: (1) Kesatuan; (2) Keseimbangan;

²⁷Yanivi Bachtiar & Cristine.h.151

²⁸Yanivi Bachtiar & Cristine.h.53-62

(3) Kehendak Bebas; (4) Tanggung Jawab; (5) Kebajikan.²⁹ Hal ini tentu menjadi landasan bagi setiap pelaku usaha untuk selayaknya melaksanakan setiap kegiatan usaha nya berlandaskan pada beberapa prinsip tersebut demi tercapainya pelaksanaan kegiatan usaha yang lebih terarah tidak hanya memiliki nilai keuntungan duniawi tetapi juga mengandung nilai-nilai ukhrawi. Beberapa penelitian terdahulu dapat menjelaskan bagaimana dampak dari pengaplikasian sub aktifitas rantai nilai yang telah berdasarkan etika bisnis islam dalam sebuah industri.

Penelitian yang dilakukan oleh Dr. Mohd Roslan Mohd Nor, penelitian ini menggali keluar faktor penentu keberhasilan yang mempengaruhi halal supply chain management dari perspektif Produsen Halal Food Malaysia. Hal ini terbukti dari literatur penelitian bahwa pembelian halal memiliki hubungan yang positif dan berdampak pada halal supply chain management. Hal tersebut sangat penting untuk produsen makanan halal bahwa mereka fokus pada pembelian halal sehingga mereka dapat menuai manfaat ekonomi dan sosial dari *halal supply chain management*.³⁰

Penelitian Hanini Ilyana Che Hashim dan Sariwati Mohd Shariff menyatakan bahwa strategi pelatihan sumber daya manusia yang tepat, perencanaan dan pengembangan harus dilakukan untuk pelaku industri halal. Sehingga industri halal, khususnya logistik halal menjadi lebih

²⁹S.Nawatmi, Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam, *Jurnal Fokus Ekonomi*, Vol. 9 No.1 (2010),h.50-58

³⁰Mohd Roslan Mohd Nor, 'Critical Success Factors Of Halal Supply Chain Management From The Perspective Of Malaysian Halal Food Manufacturers', *Arabian Journal Of Business And Management Review*, 4.1 (2016), 19.

kompetitif dalam bisnis logistik dan menggambarkan citra halal dan persepsi yang baik. Pelaksanaan program pelatihan halal di industri sangat signifikan sebagai kesadaran terhadap produk halal dan industri halal.³¹ Sertifikasi halal adalah proses dari membeli bahan baku sampai produk akhirnya mencapai pelanggan.³²

Penelitian Ahmad Rafiki dan Kalsom Abdul Wahab menyatakan perlunya pelaku usaha mempertimbangkan untuk menghadiri program motivasi islam, pelatihan bisnis, pendidikan sebagai cara untuk mendapatkan 'ilm (pengetahuan) lebih banyak, bekerja dengan penekanan etika dan mencari ridha Allah. Terlihat bahwa perusahaan Perseroan Terbatas yang menerapkan praktik bisnis syariah dari perusahaan dengan kepemilikan tunggal yang dapat mempengaruhi secara positif terhadap pertumbuhan perusahaan.³³

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Mohd Zulkifli Muhammad, Penelitian ini merupakan pembuka mata bagi para praktisi dan akademisi tentang pentingnya etika bisnis islam di UKM. ini setidaknya memberikan pedoman dalam mempromosikan bagaimana bisnis harus menurut syariah.³⁴

³¹Noorsiah Ahmad and Sariwati Mohd Shariff, 'Supply Chain Management: Sertu Cleansing for Halal Logistics Integrity', *Procedia Economics and Finance*, 37.16 (2016), 418–25 <[https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30146-0](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30146-0)>.

³²Mohd Rizal Razalli, 'Managing Halal Certification Supply Chain: Determinants Success Factors Framework for a Hotel Performance', *International Journal of Supply Chain Management*, 7.1 (2018), 149–54.

³³Ahmad Rafiki Dan Kalsom Abdul Wahab, 'Influences Of Islamic Practices On Small Firm Performance', *Islamic Management And Business*, 5.11 (2013), 77.

³⁴Mohd Zulkifli Muhammad, 'An Analysis Of Islamic Ethics In Small And Medium Enterprises (Smes)', *Unitar E-Journal*, 4.1 (2008), 55.

Penelitian Bahrina Almas, islam memungkinkan orang untuk mengeksploitasi sumber daya alam untuk memenuhi kebutuhan hidup dimuka bumi. Alam, sebagai faktor produksi merupakan sumber daya yang dapat dieksplorasi serta mungkin dengan kesadaran dan tanggung jawab menjaga karunia Allah kepada ciptaan-Nya di bumi. Tapi segala sesuatu yang menyebabkan kerusakan dan kerugian dilarang keras.³⁵

Penelitian Muhammad Khalilur Rahman dkk, menyatakan jika pemasar mengikuti prosedur tentang penjualan dan promosi penjualan, maka mereka tidak perlu melakukan praktik yang tidak etis apapun dalam promosi penjualan. Hal ini hanya mungkin untuk membangun keadilan antara pembeli dan penjual melalui tuntunan Nabi Muhammad (SAW).³⁶

Penelitian oleh Mehran Najmaei, dkk meyakini bahwa 4P bauran pemasaran dari perspektif Islam sangat konsisten dengan lingkungan yang berubah dengan cepat dari orang yang hidup dalam masyarakat Islam. Bahkan, perusahaan harus merumuskan nya praktek pemasaran dengan cara mempekerjakan nilai-nilai Islam dan bauran pemasaran kontemporer bersama.³⁷

Selanjutnya, penelitian Omar Dan Jaafar , mendefinisikan rantai pasokan halal adalah kombinasi dari kegiatan usaha dari titik asal ke titik

³⁵Bahrina Almas, 'Water Trade From An Islamic Business Ethics Perspective', *Education And Humanities Research (Assehr)*, 98 (2017), 300.

³⁶Muhammad Khalilur Rahman,et.al 'Ethical Implications of Sales Promotion in Malaysia: Islamic Perspective', *Journal Of Business Law And Ethics*, 2.1 (2014), 13–27.

³⁷Mehran Najmaei and others, 'Marketing from Islamic Perspective , Tapping into the Halal Market', 1.5 (2017),h.60.

konsumsi dilakukan sesuai dengan kepatuhan syariah.³⁸ Penelitian oleh Marco Tieman dkk, berpendapat dan menunjukkan dalam model rantai pasokan mereka bahwa untuk rantai pasokan makanan halal, rantai pasokan pengadaan proses bisnis adalah sangat penting.³⁹ Rantai pasokan eksekutif juga membandingkan atau menstandarkan matrik suplai halal terhadap pesaing rantai pasokan/ industri lainnya. Ini dapat membantu para pemangku kepentingan yang terlibat dalam mengajukan praktik halal di lingkungan rantai pasok.⁴⁰

Marco Tieman & Che Ghazali, menyatakan bahwa pembelian pada pemasok tersertifikasi halal bagi mereka adalah kategori penting, seperti bahan baku, kemasan, logistik, pengolahan makanan peralatan, pemeliharaan, perbaikan dan operasi.⁴¹ Penelitian J Wilson & Hollensen, Pertumbuhan penduduk muslim di dunia dan pengetahuan konsumen muslim kelas menengah juga mengakibatkan daya beli mereka, dengan demikian, produsen didorong untuk memproduksi barang dan produk yang memenuhi persyaratan agama islam.⁴²

³⁸Omar Dan Jaafar, 'Halal Supply Chain In The Food Industry-A Conceptual Model', 2011.

³⁹& Che Ghazali Marco Tieman, Van Der Vorst, 'Principles In Halal Supply Chain Management.', *Journal Of Islamic Marketing*, 3.3 (2012), 217–43.

⁴⁰Mohd Imran Khan, Abid Haleem, and Shahbaz Khan, 'Defining Halal Supply Chain Management', *Supply Chain Forum*, 19.2 (2018), h.128 <<https://doi.org/10.1080/16258312.2018.1476776>>.

⁴¹Tieman, M., & Che Ghazali, 'Principles In Halal Purchasing. Journal Of Islamic Marketing', *Journal Of Islamic Marketing*, 4.3 (2013), 281–293.

⁴²S Wilson, J. A., & Hollensen, 'Assessing The Implications On Performance When Aligning Customer Lifetime Value Calculations With Religious Faith Groups And After Lifetime Values– A Socratic Elenchus Approach', *International Journal Of Business Performance Management*, 14.1 (2013), 67–94.

Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Hazwani Ahmad Tarmizi, Int. J Sup yang menyatakan bahwasanya perusahaan logistik juga harus mempertimbangkan kehadiran pekerja muslim untuk memudahkan halal logistik akan menjadi katalisator menuju implementasi kesiapan halal logistik.⁴³

Terkait eksploitasi alam dalam pemenuhan kebutuhan logistik sebuah industri, penelitian oleh Anas Malik menyatakan bahwasanya, dalam kegiatan industri ada beberapa asas atau prinsip yang harus diperhatikan terkait dengan etika bisnis Islam yang sangat penting untuk dijalankan dalam mengelolah sumber daya alam demi kesejahteraan rakyat, yakni: asas tanggung jawab, asas manfaat, asas keadilan, asas keseimbangan, asas berkelanjutan.⁴⁴

Adapun distensi penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu ialah dimana penelitian ini akan menganalisis mengenai keseluruhan penerapan sub rantai nilai yang didasarkan atas basis prinsip-prinsip syariah berbasis etika bisnis islam dalam menanggulangi berbagai permasalahan yang dihadapi oleh UKM khususnya UKM Ikan Teri Asin, Pulau Pasaran, Bandar Lampung.

UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran banyak memperoleh penghargaan. Salah satu nya adalah penghargaan dalam ajang

⁴³Int. J Sup Hazwani Ahmad Tarmizi, 'Factors Behind Third-Party Logistics Providers Readiness Towards Halal Logistics', 3.2 (2014).h.203

⁴⁴Anas Malik, 'Impact of Exploitation of Natural Resources Towards Community Welfare in the View of Islamic Business Ethics (Case Study of the Galian C Mine in Pasir Sakti District, East Lampung)', 5.2 (2017), 75.

perlombaan seluruh UKM se-nusantara yang di selenggarakan di Kepulauan Riau, dimana UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran keluar sebagai juara kedua kategori UKM Terbaik di bidang pengolahan ikan.⁴⁵

Sejalan dengan konsep ekonomi islam, perlunya menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam segala aspek kegiatan perekonomian. Allah menjanjikan mengenai jual beli yang tidak akan merugi, akan tetapi jual beli yang membawa pada kemenangan yang hakiki yaitu dengan memperoleh surga kepada yang berperang di jalan Allah. Sebagaimana Allah SWT telah firman dalam QS. At-Taubah ayat 111 :

﴿ إِنَّ اللَّهَ اشْتَرَىٰ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنْفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِأَنَّ لَهُمُ
الْجَنَّةَ يُقْتُلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَيَقْتُلُونَ وَيُقْتَلُونَ وَعَدًا عَلَيْهِ حَقًّا
فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ وَالْقُرْآنِ وَمَنْ أَوْفَىٰ بِعَهْدِهِ مِنَ اللَّهِ
فَأَسْتَبْشِرُوا بِّبَيْعِكُمُ الَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ ۚ وَذَٰلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ ۝ ﴾

Artinya : “Sesungguhnya Allah telah membeli dari orang-orang mukmin diri dan harta mereka dengan memberikan surga untuk mereka. mereka berperang pada jalan Allah, lalu mereka membunuh atau terbunuh. (Itu telah menjadi) janji yang benar dari Allah di dalam Taurat, Injil dan Al Quran. Dan siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) daripada Allah? Maka bergembiralah dengan jual beli yang telah kamu lakukan itu, dan Itulah kemenangan yang Agung”⁴⁶

⁴⁵ Wawancara dengan pak Toto Heriyanti sebagai delegasi yang mewakili UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran (19-02-2020)

⁴⁶ Usman el-Qurtuby, *Al-Qur'an Cordoba Alqur'an Tajwid Dan Terjemah (Al-Qur'an Tafsir Bil Hadis)* (Bandung: Cordoba, 2013).h.185

Dengan demikian, peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Analisis Rantai Nilai pada Industri Olahan Ikan Teri Asin Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran, Teluk Betung Timur, Bandar Lampung)**” ini guna mengetahui seberapa jauh penerapan rantai nilai yang telah sesuai dengan etika bisnis islam dalam UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran yang dimana seluruh pemiliknya ialah beragama islam dan pada akhirnya dapat menjadi solusi pada permasalahan rantai nilai pada industri tersebut.

D. Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan dalam menganalisis pelaksanaan strategi rantai nilai dalam perusahaan mulai dari aktifitas input, output hingga pelayanan purna jual serta hubungannya dengan seluruh faktor pendukung dalam Industri Olahan ikan asin pada di UKM Pulau Pasaran, Bandar Lampung ditinjau dari perspektif etika bisnis islam.

E. Rumusan Masalah

1. Bagaimana siklus tahapan aktivitas produksi yang dilaksanakan oleh UKM ikan asin Pulau Pasaran, Teluk Betung Timur, Bandar Lampung ?
2. Bagaimana penerapan Rantai Nilai pada UKM Ikan Asin Pulau Pasaran ?
3. Bagaimana penerapan Rantai Nilai pada UKM Ikan Asin Pulau Pasaran ditinjau dari perspektif etika bisnis islam ?

F. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui siklus produksi yang dilaksanakan pada UKM ikan asin Pulau Pasaran, Teluk Betung Timur, Bandar Lampung.
2. Menganalisis penerapan rantai nilai pada UKM Ikan Asin Pulau Pasaran, Teluk Betung Timur, Bandar Lampung
3. Mengetahui penerapan Rantai Nilai pada UKM Ikan Asin Pulau Pasaran ditinjau dari perspektif etika bisnis islam

G. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk mengetahui karakteristik rantai nilai yang diterapkan dalam UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran sebagai sentra ikan asin di Bandar Lampung ditinjau dari perspektif etika bisnis islam.

2. Manfaat praktis

Manfaat praktis yang dapat diperoleh dari penelitian ini yakni dapat digunakan sebagai acuan bagi para pengusaha industri pada umumnya dan UKM Ikan Teri Asin di Pulau Pasaran pada khususnya untuk dapat menerapkan etika bisnis islam dalam segala kegiatan usahanya dalam rangka mempertahankan eksistensi Pulau Pasaran sebagai sentra ikan asin di Bandar Lampung sehingga dalam pelaksanaan kegiatan usaha memperoleh keuntungan dan juga keberkahan karena terhindar dari perbuatan mnyimpang yang dapat mengakibatkan dosa dalam bermu'amalah.

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan prosedur Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian mencakup perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara holistik dan dengan cara deskripsi dengan kata-kata dan bahasa pada konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (field research) yaitu penelitian yang dilakukan di lapangan dalam kancan yang sebenarnya.⁴⁷

Dalam hal ini, peneliti bermaksud menggali, mengidentifikasi, menganalisis dan menjelaskan berbagai kondisi yang berkaitan dengan rantai nilai pada industri olahan ikan teri asin pada UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran, Teluk Betung Timur, Bandar Lampung. Sifat penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, dan sifat-sifat populasi daerah tertentu.⁴⁸

Adapun langkah-langkah penelitian yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut :

- 1) Peneliti melakukan survey pra penelitian untuk menentukan masalah
- 2) Peneliti menentukan judul untuk mengangkat masalah

⁴⁷V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015).h.12

⁴⁸Ameiliati Zuliyanti Siregar dan Nurlanian Harahap, *Strategi Dan Teknik Penulisan Karya Tulis Ilmiah Dan Publikasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2019).h.3

- 3) Peneliti melakukan pendekatan individual kepada para pelaku terkait penelitian yang akan dilakukan dan menerima segala bentuk informasi sementara yang diberikan oleh partisipan
- 4) Peneliti mulaimelakukan reduksi data untuk memilah informasi yang terkait dan yang tidak berkaitan dengan penelitian
- 5) Peneliti melanjutkan wawancara dengan para partisipan secara berkala hingga memperoleh data yang cukup dan mampu menjawab semua masalah yang dirumuskan
- 6) Peneliti memaparkan hasil penelitian dan kemudian mampu menarik kesimpulan penelitian yang dilakukan

2. Design Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan design penelitian studi kasus. Pada design penelitian ini menelusuri suatu aktivitas, proses, atau sekelompok individu secara spesifik, peneliti mengambil fenomena spesifik sebagai masalah penelitian, kemudian menetapkan kelompok individu, tempat, waktu, atau proses tertentu secara spesifik yang menjadi fokus penelusuran.⁴⁹

Design penelitian studi kasus bertujuan mengeksplorasi secara mendalam suatu program, kejadian atau aktifitas, proses atau seorang individu atau lebih. Dalam penelitian ini, peneliti bermaksud untuk mengeksplorasi secara mendalam mengenai aktifitas rantai nilai yang diterapkan dalam UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran sebagai sebuah

⁴⁹Asfi Manzilati, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, Dan Aplikasi* (Malang: UB Press, 2017).h.56

ikon Kota Lampung yang kemudian menganalisis sejauh mana aktifitas tersebut terkait dengan etika bisnis islam yang diterapkan didalamnya.

3. Partisipan dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran, Teluk Betung Timur, Kota Karang, Bandar Lampung. Dimana dalam hal ini, terdapat beberapa partisipan penelitian yang diharapkan mampu membantu peneliti dengan memberikan pernyataan-pernyataan yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti.

Adapun dalam pemilihan partisipan, terdapat 48 pemilik usaha atau pengolah ikan teri asin di Pulau Pasaran yang terbagi kedalam 5 kelompok besar yang berpotensi dapat membantu memberikan informasi peneliti dalam penelitian yang dilakukan. Peneliti menggunakan metode *purposive sampling* dalam menentukan jumlah partisipan yang akan terlibat dalam penelitian yang dilakukan.

Purposive sampling yakni teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu.⁵⁰ Peneliti menentukan kriteria partisipan yang dapat menjadi bagian dari sampel penelitian yakni seluruh pelaku yang terlibat langsung dalam kegiatan operasional produksi di UKM ikan teri asin Pulau Pasaran, Bandar Lampung.

Berikut adalah ketentuan kriteria partisipan penelitian untuk sumber data penelitian antara lain :

- 1) Partisipan merupakan seorang muslim/muslimah

⁵⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (bandung: alfabeta, 2017). h.85.

- 2) Partisipan harus terlibat langsung dalam salah satu sub unit kegiatan operasional produksi ikan teri asin Pulau Pasaran.
- 3) Partisipan berdomisili di Teluk Betung Timur dan sekitarnya

Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan tersebut maka peneliti menentukan jumlah partisipan sebanyak 30 partisipan yang terdiri dari 2 jenis partisipan yakni partisipan kunci dan non kunci:

- a) Partisipan kunci yaitu orang-orang yang sangat memahami atau memiliki informasi mendalam mengenai objek yang akan diteliti. Adapun pihak-pihak yang dimaksudkan sebagai partisipan kunci dalam penelitian ini yaitu para pelaku yang terlibat dalam kegiatan masing-masing sub unit operasional produksi mulai dari logistik masuk, operasional, logistik keluar, pemasaran dan penjualan hingga pelayanan purna jual UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran. Partisipan kunci berjumlah 25 partisipan dari masing-masing sub unit yang diambil dari 1 UMKM Anggota di masing-masing 5 kelompok.
- b) Partisipan non kunci adalah orang-orang yang cukup mengetahui tentang permasalahan yang dikemukakan dalam penelitian. Adapun yang dimaksudkan sebagai partisipan non kunci dalam penelitian ini adalah para ketua kelompok UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran. Jumlah partisipan non kunci dalam penelitian ini yakni 5 partisipan

4. Prosedur pengumpulan data

Adapun sumber data yang digunakan peneliti adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan wawancara dan observasi.⁵¹

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data primer dengan cara wawancara dan observasi langsung terhadap pemilik dan para pekerja pada UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran, Teluk Betung Timur, Bandar Lampung yang telah ditentukan sebagai narasumber penelitian.

Selain menggunakan data primer, peneliti juga menggunakan data sekunder dalam mengumpulkan data penelitian yang dilakukan. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari atau berasal dari bahan kepustakaan. Data ini biasanya digunakan untuk melengkapi data primer, mengingat bahwa data primer dapat dikatakan sebagai data praktek yang ada secara langsung dalam praktek lapangan karena penerapan suatu teori.⁵² Data sekunder yang diperoleh peneliti dari Al-Qur'an, buku-buku, jurnal, artikel serta internet yang mempunyai relevansi dan dokumen-dokumen resmi lainnya.

Beberapa teknik pengumpulan yang dilakukan oleh peneliti yakni *over observation*, wawancara, dokumentasi dan angket.

⁵¹Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2003).h.58

⁵²Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2015).h.87

- a) *Over observation* yakni peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data bahwa ia sedang melakukan penelitian.⁵³
- b) Wawancara yakni pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.⁵⁴
- c) Dokumentasi yakni teknik pengumpulan data berupa foto yang menggambarkan dari kondisi sosial dan ekonomi dari tempat peneliti melakukan penelitian baik yang bersifat lampau ataupun sekarang guna keperluan data penelitian.
- d) Angket merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden.

5. Prosedur Analisis Data

- a. Analisis data di lapangan model *Miles* dan *Huberman*

Analisis data dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas.⁵⁵

- a) Reduksi data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting untuk mengerucutkan tema dan pola penelitian.

⁵³Sugiyono. h.228.

⁵⁴Sugiyono. h.231.

⁵⁵Sugiyono.h.246.

b) Penyajian data

Penyajian data dimaksudkan agar memudahkan bagi peneliti untuk melihat gambaran secara keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari penelitian.

6. Pemeriksaan Keabsahan Data

Pengujian terhadap data penelitian yang akan dilakukan adalah uji tingkat kepercayaan (*Credibility*), keteralihan (*Trasferability*), kebergantungan (*Dependability*), dan kepastian (*Confirmability*)⁵⁶.

1. Validitas internal (*Credibility*), yaitu ukuran kebenaran data yang dikumpulkan yang menggambarkan kecocokan konsep peneliti dengan hasil penelitian. Validitas internal berkenaan dengan derajat akurasi desain penelitian dengan hasil yang dicapai. Teknik yang digunakan peneliti dalam melakukan uji validitas internal adalah dengan menggunakan teknik triangulasi. Teknik triangulasi dalam penelitian ini dilakukan terhadap dua hal, yaitu :⁵⁷

- a. Triangulasi sumber, yakni pengecekan data melalui beberapa pihak narasumber baik kunci maupun non kunci.
- b. Triangulasi teknik, yakni pengecekan data melalui berbagai teknik misalnya melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi.

⁵⁶M. Taufan B, *Sosiologi Hukum Islam Kajian Empirik Komunitas Sempalan* (Yogyakarta: Deepublish, 2016).h.108

⁵⁷Julia, *Orientasi Estetik Gaya Piringan Kecapi Indung Dalam Kesenian Tembang Sunda Cianjuran Di Jawa Barat* (Jawa Barat: UPI Sumedang Press, 2018).h.53-54

2. Validitas eksternal (keteralihan/transferability)

Adalah interpretasi hasil penelitian dikomparasikan apakah bisa digeneralisasikan pada setting sosial yang berbeda namun mempunyai karakteristik yang sama.⁵⁸

3. Reliabilitas (Dependabilitas)

Adalah berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Reliabilitas penelitian ini dapat dibuktikan dengan rekam jejak penelusuran terhadap tempat-tempat penelitian dan para pelaku UMKM yang dijadikan narasumber dalam penelitian ini.

4. Objektivitas (Confirmability)

Uji konfirmabilitas berarti menguji hasil penelitian dikaitkan dengan proses yang dilakukan. Data yang diperoleh dalam penelitian merupakan hasil dari proses pencarian data ke lapangan sehingga semua data yang diperoleh disepakati oleh berbagai pihak. Kesepakatan juga diperoleh melalui pemeriksaan oleh berbagai pihak, seperti peneliti sendiri, narasumber, dan pembimbing akademik.

⁵⁸ M. Taufan B.h.108

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Rantai nilai

a. Definisi Rantai Nilai

Istilah rantai nilai (*value chain*) menggambarkan cara untuk memandang suatu perusahaan sebagai rantai aktivitas yang mengubah *input* menjadi *output* yang bernilai bagi pelanggan.⁵⁹

Suatu perusahaan seharusnya memposisikan dirinya di pasar serta di dalam hubungan mereka dengan para pemasok, pembeli, dan pesaing. Ide keunggulan kompetitif suatu kegiatan usaha yakni bagaimana suatu kegiatan usaha dapat memberi konsumen suatu produk atau layanan yang nilainya setara dengan produk atau layanan yang dihasilkan oleh pesaing mereka, namun dengan biaya yang lebih rendah (strategi pengurangan biaya), Alternatif lainnya yakni bagaimana suatu kegiatan usaha menghasilkan produk atau layanan yang meskipun harganya lebih mahal, tetap diminati konsumen yang bersedia membayar lebih (strategi diferensiasi).⁶⁰

Rantai nilai didefinisikan sebagai alat analisis yang digunakan perusahaan untuk mengidentifikasi langkah-langkah spesifik yang dibutuhkan untuk menyediakan barang atau jasa yang

⁵⁹R. Pearce, J., & Robinson, *Strategic Management: Formulation, Implementation, and Control* (New York: McGraw-Hill, 2011).h.5-6

⁶⁰ACIAR, *Membuat Rantai Nilai Lebih Berpihak Pada Kaum Miskin: Buku Pegangan Bagi Praktisi Analisis Rantai Nilai*, 2012.h.5-6

kompetitif bagi pelanggan.⁶¹ Rantai nilai menunjukkan proses menciptakan nilai dengan kombinasi transformasi fisik dan partisipasi dari berbagai produsen dan penyedia layanan, berfungsi di bawah pengaruh kebijakan, institusi, infrastruktur dan proses yang lingkungan bentuk pasar. Ini mencakup deskripsi kegiatan yang dibutuhkan untuk semua tahapan suatu produk atau jasa, dari konsepsi untuk pembuangan.⁶²

Istilah rantai nilai mengacu pada serangkaian kegiatan yang diperlukan untuk menghadirkan suatu produk atau jasa dimulai dari tahap konseptual, dilanjutkan dengan beberapa tahap produksi, hingga pengiriman ke konsumen akhir dan pemusnahan setelah penggunaannya.⁶³

Pengertian *value chain* yang lain ialah “*Value chain analysis refers to the process whereby a firm determines the costs associated with organizational activities from purchasing raw materials to manufacturing product(s) and in the end is to marketing those products to the market*”.⁶⁴ Dijelaskan bahwa Analisis rantai nilai mengacu pada proses di mana perusahaan menentukan biaya yang terkait dengan kegiatan organisasi dari pembelian bahan baku hingga produk manufaktur dan pada akhirnya adalah memasarkan produk-produk tersebut ke pasar.

⁶¹Gary Cokins Edward J, Blocher, David E. Stout, *Manajemen Biaya : Penekanan Strategis Buku 1* (Jakarta: Salemba Empat, 2013).h.20

⁶²Sungkono dan Ali Akbar Yulianto, *Manajemen Kepemimpinan Dan Kolaborasi Dalam Dunia Yang Kompetitif*, terjemahan (jakarta: salemba empat, 2008).h.382

⁶³dan Lin Blocher, Chen, Cokins, *Cost Management Manajemen Biaya Penekanan Strategis* (salemba empat, 2007).h.68

⁶⁴F David, *Strategic Management: Concept and Cases* (New Jersey: Pearson Education, 2011).h.9

Value chain juga dinyatakan “*Value chain are about linking producers from developing countries to international market. They link the raw-material producer and the final consumer*”.⁶⁵ Dijelaskan bahwa Rantai nilai adalah tentang menghubungkan produsen dari negara berkembang ke pasar internasional. Mereka menghubungkan produsen bahan mentah dan konsumen akhir.

Mengacu pada teori yang dikemukakan oleh *Pearce, Robinson* dan *Porter* dapat disimpulkan bahwasanya rantai nilai merupakan urutan aktivitas yang dimulai dari pengadaan bahan baku hingga penyerahan suatu produk atau jasa dengan menciptakan penambahan nilai di dalam setiap langkahnya dengan tujuan mengidentifikasi keunggulan kompetitif perusahaan guna memperoleh margin atau keuntungan.

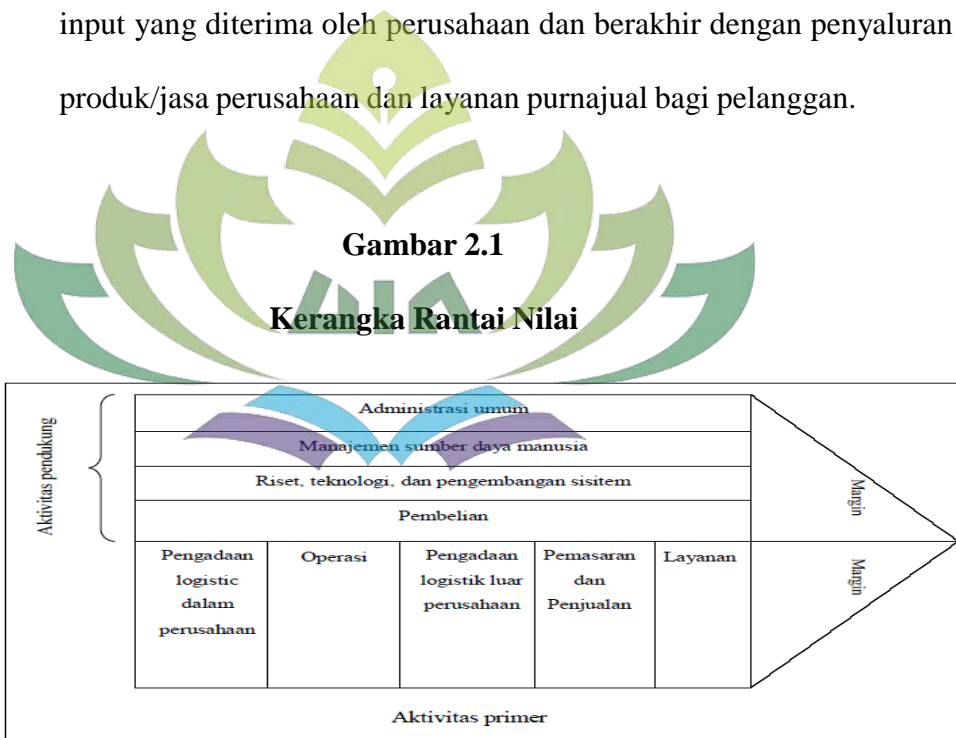
b. Konsep dasar Rantai Nilai

Analisis rantai nilai meliputi identifikasi dan pemetaan hubungan kegiatan input dan output, hubungan spasial dan struktur pelaku ekonomi. Analisis rantai nilai ialah analisis yang berupaya memahami bagaimana suatu bisnis menciptakan nilai bagi pelanggan dengan memeriksa kontribusi dari aktivitas-aktivitas yang berbeda dalam bisnis terhadap nilai yang berbeda. Analisis ini membagi bisnis menjadi kelompok-kelompok aktivitas yang terjadi dalam bisnis tersebut.⁶⁶

⁶⁵J Dijk, M. v., & Trienekens, *Global Value Chain: Linking Local Producers from Developing Countries to International Markets* (Amsterdam: Amsterdam University Press., 2011).h.208

⁶⁶Porter.h.39

Konsep rantai nilai tidak berhubungan dengan ide transformasi fisik. Porter memperkenalkan gagasan bahwa daya saing suatu perusahaan tidak secara eksklusif atau semata-mata berhubungan dengan proses produksi. Daya saing suatu kegiatan usaha dapat dianalisis dengan cara melihat rantai nilai yang mencakup perancangan produk, pengadaan input/sarana produksi, logistik, logistik eksternal, pemasaran, penjualan, purna jual, dan layanan pendukung seperti misalnya perencanaan strategis, manajemen SDM, dan kegiatan penelitian.⁶⁷ Diawali dengan input yang diterima oleh perusahaan dan berakhir dengan penyaluran produk/jasa perusahaan dan layanan purnajual bagi pelanggan.



Sumber : *Pearce dan Robinson*

Konsep rantai nilai menyediakan suatu kerangka yang sesuai untuk menjelaskan bagaimana suatu kesatuan organisasi dapat mengelola pertimbangan yang substansial dalam

⁶⁷ACIAR.h.9

mengalokasikan sumberdayanya, menciptakan perbedaan dan secara efektif mengatur biaya-biayanya.⁶⁸ VCA (*Value Chain Analysis*) berupaya melihat biaya lintas rangkaian aktivitas yang dilakukan oleh bisnis tersebut untuk menentukan dimana terdapat keunggulan biaya rendah atau kelemahan biaya.

VCA melihat pada atribut-atribut dari setiap aktivitas yang berbeda ini untuk menentukan dengan cara bagaimana setiap aktivitas yang terjadi antara pembelian input dan layanan purnajual dapat membedakan produk dan jasa perusahaan. Kerangka diatas memperlihatkan kerangka nilai rantai secara umum. Dalam kerangka aktifitas perusahaan terbagi menjadi dua umum yakni aktivitas utama dan aktivitas pendukung.⁶⁹

Aktivitas primer adalah aktivitas yang terlibat dalam menciptakan fisik produk, pemasaran dan transfer ke pembeli, serta layanan purna jual. Aktivitas pendukung membantu perusahaan secara keseluruhan dengan menyediakan infrastruktur atau input yang memungkinkan aktivitas-aktivitas primer dilakukan secara berkelanjutan. Rantai nilai mencakup margin laba karena mark up diatas biaya perusahaan untuk menyediakan aktivitas bernilai tambah umumnya merupakan bagian dari harga yang dibayar oleh pembeli.⁷⁰

⁶⁸Yanivi Bachtiar & Cristine.h.207

⁶⁹Yanivi Bachtiar & Cristine.h.208

⁷⁰Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015).h.63-64

Beberapa aktivitas-aktivitas yang terdapat pada rantai nilai antara lain :⁷¹

1) Aktivitas primer

- a) Logistik kedalam merupakan kegiatan yang berkaitan dengan aset dan biaya untuk memperoleh bahan bakar, energi, bahan mentah, komponen, barang dagangan dan barang konsumsi dari pemasok. Logistik ke dalam juga merupakan kegiatan yang berkaitan dengan penerimaan, penyimpanan dan diseminasi masukan dan suplier dan kegiatan inspeksi serta manajemen pergudangan.
- b) Operasi merupakan kegiatan yang berkaitan dengan aset dan biaya untuk mengubah masukan kedalam bentuk akhir, misalnya produksi, perakitan, pengemasan, pemeliharaan peralatan, fasilitas, operasi, penjaminan mutu dan perlindungan terhadap lingkungan.
- c) Logistik keluar merupakan kegiatan yang berkaitan dengan aset dan biaya yang berhubungan dengan pendistribusian produk secara fisik ke pembeli misalnya penyimpanan barang jadi, pengolahan order, pemilihan dan pengepakan order, pengangkutan barang dan operasi kendaraan untuk mengantarkan barang.
- d) Pemasaran dan penjualan merupakan kegiatan yang berkaitan dengan aset dan biaya yang berkaitan dengan periklanan dan promosi, usaha wiraniaga, perencanaan dan riset pasar serta dukungan terhadap dealer atau dukungan terhadap distributor.

⁷¹Blocher, Chen, Cokins.h.68

- e) Pelayanan merupakan kegiatan yang berkaitan dengan aset dan biaya yang berhubungan dengan penyediaan bantuan kepada pembeli misalnya instalasi, suku cadang, pemeliharaan dan reparasi, bantuan teknis, komplain dan keinginan pembeli.

Pada aktivitas utama dalam rantai nilai ini meliputi kegiatan produksi, pemasaran hingga pendistribusian barang/jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Kegiatan rantai nilai tentu tidak pernah lepas dari ketiga kegiatan tersebut. Kegiatan produksi adalah kegiatan merubah input menjadi output.⁷²

Terdapat dimensi jangka pendek dan jangka panjang, Dalam aktifitas produksinya produsen mengubah berbagai faktor produksinya menjadi barang dan jasa. Berdasarkan hubungannya dengan tingkat produksi, faktor produksi dibedakan menjadi faktor produksi tetap dan faktor produksi variabel.⁷³

Faktor produksi tetap adalah faktor produksi yang jumlah penggunaannya tidak bergantung pada jumlah produksi. Ada atau tidak adanya kegiatan produksi, faktor produksi itu harus tetap ada. Contohnya ialah mesin, mesin tidak perlu ditambah untuk mencapai tingkat interval produksi berapapun dan tidak bisa dikurangi walau ketika sedang tidak ada kegiatan produksi yang terjadi di perusahaan.⁷⁴

⁷²Said Kelana Sugiarto, Tedy Herlambang, Brastoro, Rachmat Sudjana, *Ekonomi Mikro Sebuah Kajian Komprehensif* (2007: PT. Gramedia pustaka utama, 2007).h.202

⁷³Prathama Rahardja & Mandala Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi(Mikroekonomi & Makroekonomi)*, edisi keti (jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2016).h.95

⁷⁴Prathama Rahardja & Mandala Manurung.h.96

Faktor produksi variabel adalah faktor produksi yang jumlah penggunaannya tergantung pada tingkat produksinya. Contohnya adalah buruh harian lepas di pabrik rokok. Jika perusahaan ingin meningkatkan jumlah produksi, maka jumlah buruh hariannya ditambah begitupun sebaliknya. Pengertian faktor produksi tetap dan faktor produksi variabel terkait erat dengan waktu yang dibutuhkan untuk menambah atau mengurangi faktor produksi tersebut. Mesin dikatakan sebagai faktor produksi tetap karena dalam jangka pendek (<1 tahun) susah untuk ditambah atau dikurangi. Sebaliknya, buruh dikatakan faktor produksi variabel karena jumlah kebutuhannya dapat disediakan dalam waktu kurang dari satu tahun.⁷⁵

Para produsen sudah mahir dalam menciptakan kegiatan bentuk. Tetapi untuk konsumsi diperlukan lebih dari kegunaan bentuk saja. Barang yang dihasilkan itu harus tersedia pada waktu dan di tempat yang sesuai dengan kebutuhan orang yang memakainya. Jadi, selain produksi juga perlu adanya distribusi.

American Marketing Association (AMA) mendefinisikan distribusi ialah suatu struktur organisasi dari perusahaan, baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan yang terdiri dari pedagang besar/distributor, agen dan pengecer.⁷⁶ Perantara-perantara

⁷⁵Prathama Rahardja & Mandala Manurung.

⁷⁶T. Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro* (yogyakarta, 2004).h.110

dalam proses pemasaran dapat dikelompokkan menjadi empat golongan sebagai berikut :⁷⁷

- 1) Pedagang (besar/grosir maupun kecil/pengecer atau disebut ritel)
- 2) Perantara khusus (agen, makelar, komisioner, pialang)
- 3) Eksportir dan importir
- 4) Lembaga-lembaga pembantu

Selain perantara-perantara tersebut, masih ada pihak-pihak lain yang membantu dalam proses penyaluran barang, tanpa ikut berdagang sendiri. Termasuk dalam kelompok ini antara lain :

- 1) Bank yang menyediakan kredit bagi pembiayaan perdagangan
- 2) Asuransi yang menjamin barang-barang dalam perjalanan terhadap resiko rusak atau hilang
- 3) Perusahaan pengangkutan (darat, laut, udara)
- 4) Pergudangan (termasuk sewa di pelabuhan)
- 5) Lembaga-lembaga periklanan atau promosi
- 6) Lembaga penelitian dan informasi pasar
- 7) Konsultan (bidang hukum, akuntansi, pemasaran, dsb)
- 8) Kamar dagang dan industri (KADIN), yang membantu pemerintah

⁷⁷T.Gilarso.h.111

Pemasaran merupakan seni dan ilmu mengeksplorasi, menciptakan, dan memberikan nilai untuk memenuhi kebutuhan pasar yang menguntungkan. Sedangkan menurut definisi manajerial, pemasaran sering digambarkan sebagai seni menjual produk. Akan tetapi, yang terpenting dari pemasaran bukanlah penjualan. *Peter Drucker*, seorang ahli teori manajemen terkemuka menyatakan bahwa orang dapat mengasumsikan akan selalu ada kebutuhan penjualan.⁷⁸

Akan tetapi, tujuan pemasaran bukanlah untuk memperluas penjualan melainkan untuk mengetahui dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk atau jasa cocok dengan pelanggan, dan selanjutnya menjual dengan sendirinya. Idealnya, pemasaran hendaknya menghasilkan seorang pelanggan yang siap untuk membeli. Semua yang dibutuhkan selanjutnya adalah menyediakan produk atau jasa tersebut.⁷⁹

Proses pemasaran yang kompleks dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :⁸⁰

- a) Pemasar harus memahami pasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan
- b) Pemasar merancang strategi pemasaran yang digerakkan pelanggan dengan tujuan mendapatkan, mempertahankan dan menumbuhkan pelanggan sasaran.
- c) Pemasar membangun program pemasaran yang benar-benar memberikan nilai unggul

⁷⁸Hery, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Gramedia, 2019).h.4

⁷⁹Hery.h.5

⁸⁰Edward J, Blocher, David E. Stout.

- d) Membangun hubungan pelanggan yang menguntungkan
- e) Menciptakan kepuasan pelanggan
- f) Perusahaan mendapatkan hasil dari hubungan pelanggan yang kuat dengan menangkap nilai dari pelanggan.

Proses pemasaran ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.2

Proses Pemasaran Kompleks



2) Aktivitas pendukung dalam rantai nilai

- a) Administrasi umum merupakan kegiatan yang berkaitan dengan aset dan biaya yang berhubungan dengan manajemen umum, akuntansi dan keuangan, hukum dan peraturan, keselamatan dan keamanan, sistem manajemen dan fungsi lain yang berkaitan dengan biaya.
- b) Manajemen sumber daya manusia merupakan kegiatan yang berkaitan dengan aset dan biaya yang berhubungan perencanaan sumber daya manusia, rekrutmen, seleksi, pelatihan, pengembangan, penelitian kerja, kompensasi, pemeliharaan karyawan termasuk aktifitas hubungan karyawan.

- c) Riset teknologi dan pengembangan sistem merupakan kegiatan yang berkaitan dengan aset dan biaya yang berhubungan dengan riset dan pengembangan produk, riset dan pengembangan proses, perbaikan desain proses, desain peralatan, pengembangan perangkat lunak komputer, sistem telekomunikasi, desain dan rekayasa berbasis komputer, kemampuan database yang baru dan sistem dukungan keputusan yang terkomputerisasi.
- d) Pembelian merupakan kegiatan kegiatan yang berkaitan dengan aset dan biaya yang berhubungan pembelian dan penyediaan bahan mentah, penyuplaian, pelayanan dan kebutuhan sumber daya dari luar untuk mendukung perusahaan dan aktivitasnya. Beberapa aktivitas yang dijalankan ini merupakan bagian dari aktivitas pembelian logistik ke dalam perusahaan.

Manajer dapat menambahkan nilai pelanggan dan mengembangkan keunggulan kompetitif dengan memperhatikan secara ketat rantai nilai organisasinya. Tidak hanya masing-masing langkah di dalamnya, namun juga cara masing-masing langkah saling berinteraksi sehingga bahan baku dan biaya operasinya dapat diturunkan atau dapat mengembangkan saluran-saluran distribusi yang inovatif sehingga nilai pelanggan bertambah.

c. Langkah Analisis Rantai Nilai

Dalam menganalisis rantai nilai ada dua langkah yang harus dilakukan secara berurutan :⁸¹

1) Mengidentifikasi aktifitas rantai nilai

Perusahaan mengidentifikasi aktifitas rantai nilai tertentu yang harus dilakukan perusahaan dalam industrinya, yakni dalam proses perancangan, produksi, dan penyediaan layanan pelanggan. dan Pengembangan suatu rantai nilai bergantung pada jenis industri. Misalnya, fokus pada industri jasa adalah pada oprasi, pengiklanan, dan promosi bukan pada bahan baku dan produksi. Aktivitas-aktivitas tersebut juga harus ditentukan pada tingkat operasional yang relatif terinci, yakni pada tingkat unit atau proses bisnis hingga cukup besar untuk ditata sebagai suatu aktivitas bisnis terpisah.

2) Mengembangkan keunggulan kompetitif dengan memotong biaya atau menambah nilai

Pada langkah ini, perusahaan menentukan sifat dari keunggulan kompetitifnya saat ini dan yang potensial dengan mempelajari aktivitas nilai dan penggerak biaya (*cost driver*) yang telah diidentifikasisebelumnya. Dalam melakukan hal ini, perusahaan harus mempertimbangkan hal- hal berikut :⁸²

⁸¹Blocher, Chen, Cokins.h.68

⁸²Blocher, Chen, Cokins.h.69

- a) Identifikasi keunggulan kompetitif (kepemimpinan biaya atau diferensiasi).

Analisis atas aktivitas – aktivitas nilai dapat membantu manajemen lebih memahami keunggulan kompetitif strategis perusahaan dan menempatkan posisinya yang tepat dalam keseluruhan rantai nilai industri. Contoh *IBM, Ericson, Boeing, General Elektrik*, dan perusahaan-perusahaan lainnya telah meningkatkan penekanan pada pelayanan bagi pelanggan mereka, mengingat jasa-jasa ini lebih menguntungkan daripada penjualan produk dasar mereka.

- b) Identifikasi kesempatan untuk menambah nilai

Analisis aktifitas rantai nilai dapat membantu mengidentifikasi aktifitas dimana perusahaan dapat menambah nilai yang signifikan bagi pelanggan. Misalnya, pabrik pemrosesan dan pengemasan makanan sekarang in biasanya berlokasi di dekat pelanggan terbesar mereka untuk menyediakan pengiriman yang lebih cepat dan murah.

- c) Identifikasi kesempatan untuk mengurangi biaya

Pengkajian atas aktivitas nilai perusahaan dapat menolong perusahaan menentukan bagian dari rantai nilai dimana perusahaan menentukan bagian dari rantai nilai dimana perusahaan tidak kompetitif.⁸³

⁸³Blocher, Chen, Cokins.h.69

d) Eksploitasi kaitan antara aktivitas dalam rantai nilai

Keputusan untuk menyediakan suatu aktivitas secara internal atau menyerahkannya pada pihak ketiga sering kali dipengaruhi oleh bagaimana aktivitas tersebut dipengaruhi aktivitas lainnya dalam rantai nilai.

2. Etika Bisnis Islam

Etika adalah ilmu yang berisi patokan-patokan mengenai apa-apa yang benar atau salah, yang baik atau buruk, yang bermanfaat atau tidak bermanfaat.⁸⁴ Etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja.⁸⁵

Etika merupakan cabang filsafat yang membahas nilai dan norma, moral yang mengatur interaksi perilaku manusia baik sebagai individu maupun sebagai kelompok.⁸⁶ Menurut *Webster Dictionary*, secara etimologis, etika adalah suatu disiplin ilmu yang menjelaskan sesuatu yang baik dan yang buruk, mana tugas dan kewajiban moral, atau bisa juga mengenai kumpulan prinsip atau nilai moral. Sementara Berten, menyatakan bahwa etika berasal dari kata atau bahasa Yunani, *ethos* (kata tunggal), yang berarti

⁸⁴Muhammad dan Alimin, *Etika Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta: BPFE, 2004).h.6

⁸⁵Khoiruddin.h.4-5

⁸⁶Dian Sugiarti Nurul Huda, Khamin Khudori, Rizal Fahlevi, Badrusa'diyah, Dea Mazaya, *Pemasaran Syariah Teori Dan Aplikasi*, 1st edn (Jakarta: Kencana, 2017).h.100

tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, cara pikir.⁸⁷

Agama Islam mengajarkan pada kita untuk fokus pada akhirat apabila ingin berjaya di dunia dan akhirat. Tujuan dunia dicari sebagai pelengkap bekal tujuan akhirat yang tentunya dicari dengan menggunakan tata cara dan aturan Allah.⁸⁸ Etika bisnis islam merupakan aqidah islamiyyah, menerangkan bahwa islam adalah agama dan sekaligus ideologi sempurna yang mengatur segala aspek kehidupan tanpa terkecuali termasuk aspek ekonomi.

Dalam islam, bisnis dan etika tidak harus dipandang sebagai dua hal yang bertentangan. Sebab bisnis yang merupakan simbol dari urusan duniawi juga dianggap sebagai bagian integral dari hal-hal yang bersifat investasi akhirat dengan syarat diniatkan sebagai ibadah dan merupakan bentuk totalitas kepatuhan kepada Allah SWT.

Etika bisnis dalam perspektif islam adalah penerapan prinsip-prinsip ajaran islam yang bersumber pada Al-qur'an dan As-sunnah dalam dunia bisnis. tuntunan Al-qur'an dalam berbisnis dapat ditemukan dalam prinsip-prinsip umum yang memuat nilai-nilai dasar yang dalam aktualisasinya disesuaikan dengan

⁸⁷Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Salemba Empat, 2011).h.15

⁸⁸Yan Orgianus, *Moralitas Islam Dalam Ekonomi Dan Bisnis* (Bandung: Marja, 2012).h.34

perkembangan zaman, dengan mempertimbangkan ruang dan waktu.⁸⁹

Etika bisnis islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.⁹⁰

Sebagaimana diungkapkan oleh Al-Ghozali, bahwa tujuan etika dalam islam berpangkal dari pengabdian sepenuhnya pada Tuhan. Pemikiran etika Al-Ghazali sangat menekankan pada keselamatan individu baik di dunia sekarang maupun di akhirat nanti. Apa yang diungkapkan oleh Al-Ghazali tersebut menunjukkan bahwa betapa pentingnya etika bagi pelaku bisnis. di dalam bisnis tidak jarang berlaku konsep tujuan menghalalkan segala cara bahkan tindakan yang berbau kriminal pun ditempuh demi pencapaian suatu tujuan.

Tindakan markup, ingkar janji, tidak mengindahkan kepentingan masyarakat, tidak memperhatikan sumber daya alam maupun tindakan kolusi dan suap merupakan segelintir contoh pengabdian para pengusaha terhadap etika bisnis islam.⁹¹ Islam memiliki prinsip-prinsip ideal yang berfungsi sebagai tolak ukur bagi para pedagang Islam. Ini prinsip meliputi kepercayaan, kejujuran,

⁸⁹Nurul Huda, Khamin Khudori, Rizal Fahlevi, Badrusa'diyah, Dea Mazaya.h.151

⁹⁰Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam (Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha)* (Bandung: Alfabeta, 2013).h.35

⁹¹Abd. Haris.h.42

keramahan dan cinta yang harus menjadi pedoman prinsip-prinsip pedagang Islam langsung.

a. Prinsip-prinsip etika bisnis islam

Nilai, spirit dan ajaran yang dibawa nabi berguna untuk membangun tata bisnis baru, yang akhirnya terwujud dalam tata bisnis dunia berkeadilan. Terdapat empat aksioma etika bisnis, yaitu :⁹²

1) Prinsip kesatuan/Tauhid/Keesaan

Tauhid mengantarkan manusia dalam kegiatan ekonomi untuk meyakini bahwa kekayaan apapun yang dimiliki seseorang adalah milik Allah SWT sehingga setiap umat manusia sudah seharusnya menghamba dengan sepenuhnya kepada-Nya.

Seperti yang telah Allah perintahkan dalam Firman-Nya QS. Al- an'am ayat 162 :

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٦٢﴾

Artinya : “Katakanlah Sesungguhnya sembahyangku, ibadahku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam.”⁹³

⁹²Khoiruddin.h.53-62

⁹³ Usman el-Qurtuby, *Al-Qur'an Cordoba Alqur'an Tajwid Dan Terjemah (Al-Qur'an Tafsir Bil Hadis)* (Bandung: Cordoba, 2013).h.136

Penerapan konsep Ke-Esaan dalam etika bisnis yaitu :⁹⁴

- a) Tidak akan berbuat diskriminatif terhadap pekerja, pemasok, pembeli atau siapapun pemegang saham perusahaan atas ras, warna kulit, jenis kelamin, ataupun agama.
- b) Senantiasa berbuat etis karena semata-mata takut kepada Allah
- c) Tidak akan menimbun kekayaan dengan keserakahan, karena dia sadar harta didunia bersifat sementara, dan tidak mencari kekayaan dengan menghalalkan cara apapun.

Seperti firman Allah dalam. QS Al-Hasyr ayat 7 :

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ ۚ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٧﴾

Artinya : “Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada RasulNya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota Maka adalah untuk Allah, untuk rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang Kaya saja di antara kamu. apa yang diberikan Rasul kepadamu, Maka terimalah.

⁹⁴Khoiruddin.h.54

dan apa yang dilarangnya bagimu, Maka tinggalkanlah. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Amat keras hukumannya.”⁹⁵

2) Prinsip keadilan

Ajaran islam berorientasi pada terciptanya karakter manusia yang memiliki sikap dan perilaku yang seimbang dan adil dalam konteks hubungan antara manusia dengan diri sendiri, dengan orang lain dan lingkungan. Keadilan atau keseimbangan berarti bahwa perilaku bisnis harus adil atau seimbang.⁹⁶ Keseimbangan berarti tidak berlebihan dalam mengejar keuntungan ekonomi. Seperti telah dijelaskan dalam Firman Allah dalam QS. Al Isra ayat 35 :



Artinya : “Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”

⁹⁵ Usman el-Qurtuby, *Al-Qur'an Cordoba Alqur'an Tajwid Dan Terjemah (Al-Qur'an Tafsir Bil Hadis)* (Bandung: Cordoba, 2013).h.258

⁹⁶ Khoiruddin.h.55-57

3) Prinsip kebenaran : kebajikan dan kejujuran (QS.Al-Maidah ayat 8) :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا

يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ۖ أَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ

وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿٨﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu Jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk Berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”⁹⁷

Penerapan konsep kebajikan dalam etika bisnis, yaitu :⁹⁸

- a) Jika seseorang membutuhkan sesuatu, maka orang lain harus memberikannya, dengan mengambil keuntungan yang sedikit mungkin.
- b) Jika seseorang membeli sesuatu dari orang miskin, akan lebih baik baginya untuk kehilangan sedikit uang dengan membayarnya lebih dari harga yang sebenarnya.

⁹⁷Usman el-Qurtuby, *Al-Qur'an Cordoba Alqur'an Tajwid Dan Terjemah (Al-Qur'an Tafsir Bil Hadis)* (Bandung: Cordoba, 2013),h.99

⁹⁸Khoiruddin.h.58-59

c) Dalam hal mengabulkan hak pembayaran dan pinjaman seseorang harus bertindak secara bijaksanan dengan memberi waktu yang lebih banyak kepada sang peminjam untuk membayar hutangnya, dan jika diperlukan, seseorang harus melakukan pengurangan pinjaman untuk meringankan beban sang peminjam.

d) Sudah seharusnya bahwa mereka yang ingin mengembalikan barang yang telah dibeli seharusnya diperbolehkan demi kebajikan.

e) Merupakan tindakan yang sangat baik bagisang peminjam uang jika mereka membayar hutangnya tanpa harus terus diminta dan jauh sebelum jatuh tempo.

f) Ketika menjual barang secara kredit seseorang harus cukup bermurah hati.

4) Prinsip kehendak bebas

Kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektif punya kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. dalam ekonomi, manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah islam. karena masalah ekonomi, termasuk kepada aspek mu'amalah, bukan

ibadah maka berlaku padanya kaidah umum, semua boleh kecuali yang dilarang.⁹⁹

Yang tidak boleh dalam islam adalah ketidakadilan dan riba. Seperti yang telah diatur dalam Al- qur'an Surat Al- baqarah' ayat 275 :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي
يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ
الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّنْ
رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ
أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : “Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka mereka kekal di dalamnya.”¹⁰⁰

Kebebasan dalam etika bisnis islam mutlak untuk dikembangkan dan dijamin pelaksanaannya sehingga akan terjaminnya keutuhan dalam masyarakat yang pluralistik,

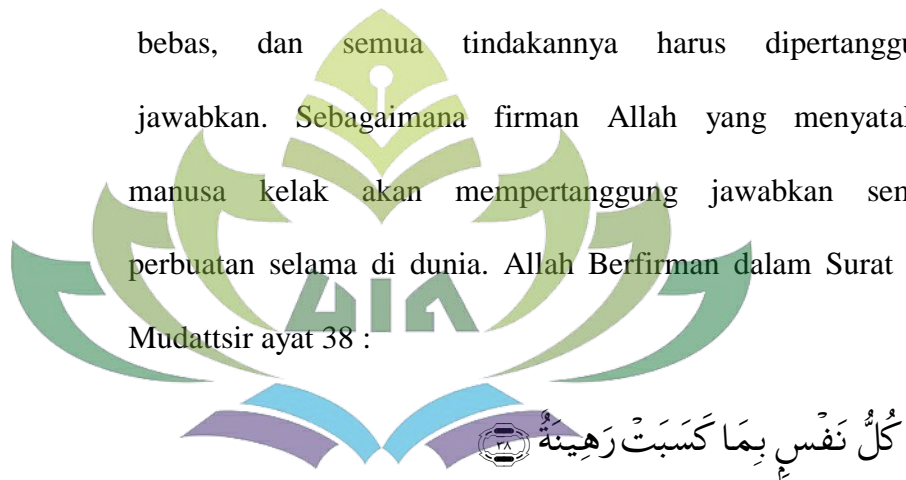
⁹⁹Khoiruddin.h.60

¹⁰⁰ Usman el-Qurtuby, *Al-Qur'an Cordoba Alqur'an Tajwid Dan Terjemah (Al-Qur'an Tafsir Bil Hadis)* (Bandung: Cordoba, 2013).h.43

dan harus sesuai dengan prinsip islam yaitu melaksanakan yang benar dan meninggalkan yang salah.

5) Prinsip tanggung jawab

Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. bahkan merupakan kekuatan dinamis individu untuk mempertahankan kualitas keseimbangan dalam masyarakat.¹⁰¹ Karena manusia yang hidup sebagai makhluk sosial, tidak bisa bebas, dan semua tindakannya harus dipertanggung jawabkan. Sebagaimana firman Allah yang menyatakan manusia kelak akan dipertanggung jawabkan semua perbuatan selama di dunia. Allah Berfirman dalam Surat Al-Mudatsir ayat 38 :



Artinya : “Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya”¹⁰²

¹⁰¹ Khoiruddin.h.62

¹⁰² Usman el-Qurtuby, *Al-Qur'an Cordoba Alqur'an Tajwid Dan Terjemah (Al-Qur'an Tafsir Bil Hadis)* (Bandung: Cordoba, 2013).h.520

B. Tinjauan Pustaka

1. Dr. Mohd Roslan Mohd Nor, Critical Success Factors Of Halal Supply Chain Management From The Perspective Of Malaysian Halal Food Manufacturers. Penelitian ini menggali keluar faktor penentu keberhasilan yang mempengaruhi halal supply chain management dari perspektif Produsen Halal Food Malaysia. Hal ini terbukti dari literatur penelitian bahwa pembelian halal memiliki hubungan yang positif dan berdampak pada halal supply chain management. Hal tersebut sangat penting untuk produsen makanan halal bahwa mereka fokus pada pembelian halal sehingga mereka dapat menuai manfaat ekonomi dan sosial dari halal supply chain management. Dengan begitu mereka dapat melayani konsumen mereka secara lebih efektif yang tertarik tidak hanya pada produk halal tetapi semua di seluruh tingkatan dari sumber sampai penggunaan logistik dengan menambahkan nilai dalam rantai nilai sosial.¹⁰³
2. Ahmad Rafiki dan Kalsom Abdul Wahab, Influences Of Islamic Practices On Small Firm Performance, menyatakan perlunya pelaku usaha mempertimbangkan untuk menghadiri program motivasi islam, pelatihan bisnis, pendidikan sebagai cara untuk mendapatkan ilmu (pengetahuan) lebih banyak, bekerja dengan penekanan etika dan mencari ridha Allah. Terlihat

¹⁰³Mohd Roslan Mohd Nor.

bahwa perusahaan Perseroan Terbatas yang menerapkan praktik bisnis syariah dari perusahaan dengan kepemilikan tunggal yang dapat mempengaruhi secara positif terhadap pertumbuhan perusahaan.¹⁰⁴

3. Mohd Zulkifli Muhammad, *An Analysis Of Islamic Ethics In Small And Medium Enterprises (Smes)*. Penelitian ini merupakan pembuka mata bagi para praktisi dan akademisi tentang pentingnya etikabisnis islam di UKM. ini setidaknya memberikan pedoman dalam mempromosikan bagi iman bisnis harus menurut syariah.¹⁰⁵
4. Bahrina Almas, Bahrina Almas, 'Water Trade From An Islamic Business Ethics Perspective', hasil penelitian ini menyatakan bahwa islam memungkinkan orang untuk mengeksploitasi sumber daya alam untuk memenuhi kebutuhan hidup di muka bumi. Alam, sebagai faktor produksi merupakan sumber daya yang dapat dieksplorasi serta mungkin dengan kesadaran dan tanggung jawab menjaga karunia Allah kepada ciptaan-Nya di bumi. Tapi segala sesuatu yang menyebabkan kerusakan dan kerugian dilarang keras.¹⁰⁶
5. Muhammad Khalilur Rahman Dkk, *Ethical Implications of Sales Promotion in Malaysia: Islamic Perspective*, menyatakan jika

¹⁰⁴ Ahmad Rafiki Dan Kalsom Abdul Wahab.

¹⁰⁵ Mohd Zulkifli Muhammad.

¹⁰⁶ Bahrina Almas.

pemasar mengikuti prosedur tentang penjualan dan promosi penjualan, maka mereka tidak perlu melakukan praktik yang tidak etis apapun dalam promosi penjualan. Hal ini hanya mungkin untuk membangun keadilan antara pembeli dan penjual melalui berikut Nabi Muhammad (SAW).¹⁰⁷

6. Omar Dan Jaafar , Halal Supply Chain In The Food Industry, mendefinisikan rantai pasokan halal adalah kombinasi dari kegiatan usaha dari titik asal ke titik konsumsi dilakukan sesuai dengan kepatuhan syariah.¹⁰⁸
7. Marco Tieman dkk, Principles In Halal Supply Chain Management, berpendapat dan menunjukkan dalam model rantai pasokan mereka bahwa untuk rantai pasokan makanan halal, rantai pasokan pengadaan proses bisnis adalah sangat penting.¹⁰⁹
8. Marco Tieman & Che Ghazali, Principles In Halal Purchasing. Journal Of Islamic Marketing, menyatakan bahwa pembelian adalah menilai kepatuhan halal semua pemasok mereka dalam hal sertifikasi halal bagi mereka adalah kategori penting, seperti bahan baku, kemasan, logistik, pengolahan makanan peralatan, pemeliharaan, perbaikan dan operasi.¹¹⁰

¹⁰⁷ Muhammad Khalilur Rahman.

¹⁰⁸ Omar Dan Jaafar.

¹⁰⁹ Marco Tieman, Van Der Vorst.

¹¹⁰ Tieman, M., & Che Ghazali.

9. J Wilson & Hollensen, S Wilson, J. A., & Hollensen, 'Assessing The Implications On Performance When Aligning Customer Lifetime Value Calculations With Religious Faith Groups And After Lifetime Values– A Socratic Elenchus Approach, menyatakan pertumbuhan penduduk muslim di dunia dan permukaan dari konsumen muslim pengetahuan kelas menengah baru juga mengakibatkan daya beli mereka, dengan demikian, produsen didorong untuk memberkati dengan barang dan produk yang memenuhi persyaratan agama islam.¹¹¹
10. Hazwani Ahmad Tarmizi, Int. J Sup, Int, 'Factors Behind Third-Party Logistics Providers Readiness Towards Halal Logistics, yang menyatakan bahwasanya perusahaan logistik juga harus mempertimbangkan kehadiran pekerja muslim untuk memudahkan halal logistik akan menjadi katalisator menuju implementasi kesiapan halal logistik.¹¹²
11. Howieson, J. Dkk, Value chain analysis: iterative and relational approach to food agribusiness chains, Supply Chain Management, menyatakan bahwa dua perikanan menyelesaikan VCA yang direvisi, dan temuan menunjukkan bahwa pendekatan relasional sangat penting dalam menciptakan nilai. Selain itu, ditunjukkan bahwa struktur formal dan perilaku

¹¹¹Wilson, J. A., & Hollensen.

¹¹²Hazwani Ahmad Tarmizi.

informal anggota rantai nilai memiliki dampak positif yang kuat pada proses hubungan dalam perusahaan.¹¹³

12. C. Lubandi, Analysis of the indigenous chicken value chain in Uganda, yang menyatakan bahwasubsektor ayam adat mempekerjakan banyak aktor yang upaya dan perannya belum dimanfaatkan dengan maksimal, sehingga kerugian di seluruh rantai nilai dan produksimenjadi kendala juga. Oleh karena itu, dianjurkan bahwa peningkatan sektor ayam pribumi membutuhkan peningkatan akses ke layanan dan upaya yang diperoleh dari semua pemain kunci, memperkuat sistem pemasaran dan partisipasi kelompok dalam perusahaan.¹¹⁴

13. Hanini Ilyana Che Hashim, dkk, Supply Chain Management: Sertu Cleansing for Halal Logisitics Integrity, menyatakan bahwa strategi pelatihan sumber daya manusia yang tepat, perencanaan dan pengembangan harus dilakukan untuk pelaku industri halal sehingga industri halal, khususnya logistik halal menjadi lebih kompetitif dalam bisnis logistik dan menggambarkan citra halal dan persepsi yang baik. Pelaksanaan Program Pelatihan Halal di industri sangat signifikan sebagai kesadaran terhadap produk halal dan industri Halal saat ini yang sangat penting.

¹¹³K. Howieson, J. , Lawley, M. dan Hastings, 'Value Chain Analysis: Iterative and Relational Approach to Food Agribusiness Chains, Supply Chain Management', 21.3 (2016), 360 <<https://doi.org/https://doi.org/10.1108/SCM-06-2015-0220>>.

¹¹⁴Lubandi and others.

14. Mehran Najmaei, dkk, *Marketing from Islamic Perspective , Tapping into the Halal Market*, menyatakan bahwa 4P bauran pemasaran dari perspektif Islam sangat konsisten dengan lingkungan yang berubah dengan cepat dari orang yang hidup dalam masyarakat Islam. Bahkan, perusahaan harus merumuskan nya praktek pemasaran dengan cara mempekerjakan nilai-nilai Islam dan bauran pemasaran kontemporer bersama.¹¹⁵
15. Brighton Mvumi dan Learnmore Tatenda Matsikira, *The banana postharvest value chain analysis in Zimbabwe*, menyatakan bahwa untuk mengurangi kerugian pisang pascapanen, perlu dilakukan pelatihan yang lebih luas dan peningkatan kesadaran di kalangan aktor VC tentang penyebab kerugian pascapanen. Infrastruktur yang lebih baik kepada petani untuk menghubungkan produsen ke pasar VC juga lebih efektif dalam memberikan insentif keuangan yang memadai ditingkat produsen. Jika infrastruktur fisik dan informasi dapat ditingkatkan, ada juga bisa menjadi manfaat besar dalam peningkatan struktur, perilaku dan kinerja VC pisang pascapanen.¹¹⁶
16. Basnayake, dkk, *Nutrition value chain analysis: Place of Women Fish Processors*, Pendekatan penelitian adalah deduktif dan penelitian didasarkan pada data primer dan data sekunder. Studi ini menemukan bahwa pengolahan ikan kering

¹¹⁵Najmaei and others.

¹¹⁶Mvumi, Matsikira, and Mutambara.

dan ikan maladewa tidak berpengaruh untuk mengurangi nilai gizi tetapi dengan bahan baku tingkat rendah, kontaminasi oleh bahaya debu, serangga dan praktik manusia dapat menjadi penyebab untuk mengurangi nutrisi nilai dan keamanan pangan. Ketika melewati rantai nilai dari hulu ke hilir, jumlah penanganan ikan, kualitas produk akhir, kepadatan nutrisi berkurang sementara margin laba dan tingkat harga ditingkatkan yang mengakibatkan konsumen harus membayar harga lebih tinggi untuk produk yang tidak aman. Keberhasilan perikanan sebagai enterprise tergantung pada kapasitas masyarakat untuk mengkoordinasikan dan melaksanakan praktek semua bersama-sama. pemasaran kolektif dan pembiayaan kelompok adalah dua daerah lain untuk mengatasi kendala hadir dalam perikanan pengolahan sektor. Pusat atau pemerintah negara perlu membuat infrastruktur yang memadai untuk pengolahan dan penyimpanan untuk mengatasi masalah infrastruktur terkait hadir di sektor perikanan.

17. Reshma Gills, dkk, Constraint Analysis of Fish Processing in Peri Urban Areas of National Capital Region Reliabilitas dan validitas diuji dengan skala. Strategi untuk meningkatkan rantai nilai pengolahan ikan tuna adalah perbaikan proses dengan meningkatkan kapasitas produksi setelah pengelolaan laut dan proses pengolahan pada saat produksi, yang berguna

untuk mengurangi biaya produksi. Memberdayakan manajer pemasaran untuk memainkan peran aktif dan meningkatkan pemasaran jaringan. Pemberian merek pada produksi lain yang juga diproses ikan tuna dengan standar nasional dan internasional.

18. Irfan Miftahul, dkk, Value Chain Analysis At Tuna Processed Agroindustry In Pacitan, East Java. Teknik yang digunakan dalam penentuan jumlah sampel adalah non-probability sampling dengan snowball sampling. Penelitian ini menggunakan Metodologi Link dan model bisnis kanvas untuk membongkar proposisi bisnis pemain kunci di seluruh rantai nilai, serta kombinasi dari kelompok fokus, survei lapangan dan wawancara dengan informan kunci untuk menguraikan rantai nilai. Penelitian ini mengungkapkan tingkat kerentanan nelayan untuk pola cuaca dan akses pasar, serta potensi benefit yang bisa berasal dari lebih pemerataan benefit, risiko dan biaya di sepanjang rantai.
19. Nur Mozahid, dkk, Value Chain Analysis of Small Scale Dry Fish Species in *Haor* Area of Sunamganj District, Bangladesh. Sebuah penelitian dengan teknik simple random sampling digunakan dalam memilih responden. Data dikumpulkan melalui jadwal wawancara. Penelitian ini mengungkapkan bahwa pemasok utama ikan kering adalah pengolah ikan kering haor (85%) yang menghadapi masalah transportasi pada

ikan kering penawaran dan juga nilai tambah utama. Karena itu perlu untuk mengurangi jumlah perantara dalam kegiatan rantai nilai serta sistem transportasi cepat keduanya air dan jalan harus dikembangkan untuk kesegaran pengumpulan ikan dan rantai nilai di sekitarnya kegiatan.

20. Indrie Debbie Palandeng, dkk, Influence Analysis of Supply Chain Management and Supply Chain Flexibility to Competitive Advantage and Impact on Company Performance of Fish Processing in Bitung City. Metode pengumpulan data adalah wawancara dan kuesioner kemudian dianalisis dengan Partial Least Square (PLS). Dari hasil perhitungan, diketahui bahwa manajemen rantai pasokan dibentuk oleh manajemen hubungan pelanggan manajemen rantai pasokan internal 44,5 persen dari 50,6 persen dan hubungan pemasok pemasok manajemen sebesar 38 persen. Kontribusi manajemen rantai pasokan untuk keunggulan kompetitif sama untuk 0016 dan kinerja perusahaan sama untuk 0077 di perusahaan pengolahan ikan yang ada di kota Bitung. Berdasarkan hasil analisis internal manajemen rantai pasokan memiliki kontribusi terbesar dalam membentuk manajemen rantai pasokan. Jadi pertimbangan internal SCM merupakan faktor dominan yang paling mempengaruhi keuntungan dan perusahaan yang kompetitif kinerja.


[illegible]

		dan pemusnahan setelah penggunaannya. ¹¹⁷			aya manusia b. Rekrutmen c. Seleksi d. Pelatihan e. Pengembangan f. Penelitian kerja g. Kompensasi h. Pemeliharaan karyawan	Rasio
					3. Riset teknologi dan pengembangan sistem a. Riset dan pengembangan produk b. Riset dan pengembangan proses	Rasio Rasio

¹¹⁷Dan Lin Blocher, Chen, Cokins, *Cost Management Manajemen Biaya Penekanan Strategis* (Salemba Empat, 2007).h.68

					<div>c. Desain peralatan Sistem dukungan keputusan yang terkomputerisasi</div> <div>4. Pembelian</div> <div><div>a. Pembelian dan penyediaan bahan mentah</div><div>b. Penyuplaian</div><div>c. Pelayanan dan kebutuhan sumber daya</div></div>	Rasio
				<div>2. Operasional</div> <div><div>a. Produksi</div><div>b. Pemeliharaan peralatan operasional produksi</div><div>c. Pengemasan</div></div>	<div>1. Administrasi umum</div> <div><div>a. Sistem manajemen</div><div>b. Akuntansi dan keuangan</div><div>c. Hukum dan peraturan</div></div>	Rasio

					<p>d. Keselamatan dan keamanan</p> <p>2. Manajemen sumber daya manusia</p> <p>a. Perencanaan sumber daya manusia</p> <p>b. Rekrutmen</p> <p>c. Seleksi</p> <p>d. Pelatihan</p> <p>e. Pengembangan Penelitian kerja</p> <p>f. Kompensasi</p> <p>g. Pemeliharaan karyawan</p>	Rasio
					<p>3. Riset teknologi dan pengembangan sistem</p> <p>a. Riset dan pengembangan produk</p>	Rasio



					b. Riset dan pengembangan proses c. Desain peralatan Sistem dukungan keputusan yang terkomputerisasi	
				3. Logistik keluar a. penyimpanan barang jadi b. pengolahan order c. pengangkutan barang	4. Pembelian a. Pembelian dan penyediaan bahan mentah b. Penyuplaian c. Pelayanan dan kebutuhan sumber daya	
					1. Administrasi umum a. Sistem manajemen b. Akuntansi dan keuangan	

					<ul style="list-style-type: none"> c. Hukum dan peraturan d. Keselamatan dan keamanan 	
					<ul style="list-style-type: none"> 2. Manajemen sumber daya manusia <ul style="list-style-type: none"> a. Perencanaan sumber daya manusia b. Rekrutmen c. Seleksi d. Pelatihan e. Pengembangan f. Penelitian kerja g. Kompensasi h. Pemeliharaan karyawan 3. Riset teknologi dan pengembangan sistem <ul style="list-style-type: none"> a. Riset dan pengembangan produ 	

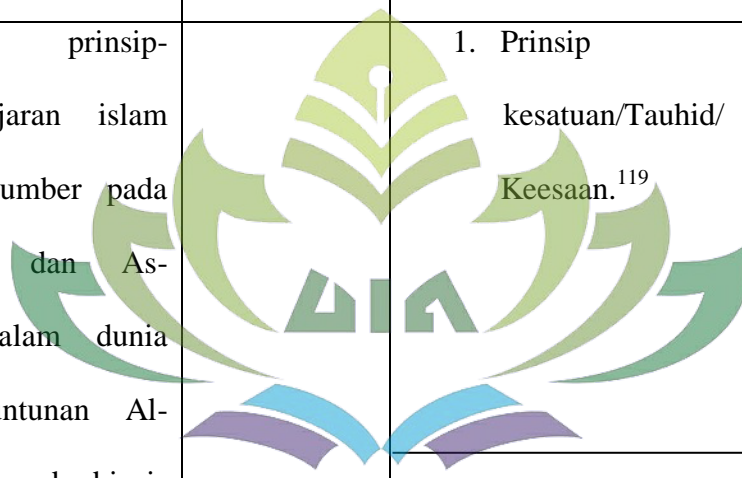
					<p>k</p> <p>b. Riset dan pengembangan proses</p> <p>c. Desain peralatan Sistem dukungan keputusan yang terkomputerisasi</p> <p>4. Pembelian</p> <p>a. Pembelian dan penyediaan bahan mentah</p> <p>b. Penyuplaian</p> <p>c. Pelayanan dan</p>	
				<p>4. Pemasaran dan penjualan</p> <p>a. Promosi</p> <p>b. Riset pasar</p>	<p>kebutuhan sumber daya</p> <p>1. Administrasi umum</p> <p>a. Sistem manajemen</p>	

					<ul style="list-style-type: none"> b. Akuntansi dan keuangan c. Hukum dan peraturan d. Keselamatan dan keamanan 	
					2. Manajemen sumber daya manusia <ul style="list-style-type: none"> a. Perencanaan sumber daya manusia b. Rekrutmen c. Seleksi d. Pelatihan e. Pengembangan f. Penelitian kerja g. Kompensasi h. Pemeliharaan karyawan 	
					3. Riset teknologi	

					<p>dan pengembangan sistem</p> <p>a. Riset dan pengembangan produk</p> <p>b. Riset dan pengembangan proses</p> <p>c. Desain peralatan Sistem dukungan keputusan yang terkomputerisasi</p>	
				5. Pelayanan	<p>4. Pembelian</p> <p>a. Pembelian dan penyediaan bahan mentah</p> <p>b. Penyuplaian</p> <p>c. Pelayanan dan kebutuhan sumber</p>	

				<p>a. Komplain dan keluhan konsumen</p>	<p>daya</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Administrasi umum <ol style="list-style-type: none"> a. Sistem manajemen b. Akuntansi dan keuangan c. Hukum dan peraturan d. Keselamatan dan keamanan 2. Manajemen sumber daya manusia <ol style="list-style-type: none"> a. Perencanaan sumber daya manusia b. Rekrutmen c. Seleksi d. Pelatihan e. Pengembangan f. Penelitian kerja 	
--	--	--	--	---	---	--

					<p>g. Kompensasi</p> <p>h. Pemeliharaan karyawan</p> <p>3. Riset teknologi dan pengembangan sistem</p> <p>a. Riset dan pengembangan produk</p> <p>b. Riset dan pengembangan proses</p> <p>c. Desain peralatan Sistem dukungan keputusan yang terkomputerisasi</p> <p>4. Pembelian</p> <p>a. Pembelian dan penyediaan bahan</p>	
--	--	--	--	--	--	--

					mentah b. Penyuplaian c. Pelayanan dan kebutuhan sumber Daya	
2	Etika Bisnis Islam	Penerapan prinsip-prinsip ajaran islam yang bersumber pada Al-qur'an dan As-sunnah dalam dunia bisnis. tuntunan Al-qur'an dalam berbisnis dapat ditemukan		1. Prinsip kesatuan/Tauhid/Keesaan. ¹¹⁹	1. Tidak diskriminatif 2. Berbuat etis 3. Tidak menimbun kekayaan dan keserakahan	
				2. Prinsip kebenaran.	1. Kebajikan	

¹¹⁹Abu Lubaba dan Ari Kristin Prasetyoningrum, 'Etika Bisnis Islam : Implementasi Pada UMKM Kewirausahaan', 22 (2019), h.29.

		dalam prinsip-prinsip umum yang memuat nilai-nilai dasar yang dalam aktualisasinya disesuaikan dengan perkembangan zaman, dengan mempertimbangkan ruang dan waktu. ¹¹⁸		¹²⁰ 3. Prinsip keadilan. ¹²¹	2. Kejujuran 1. Keseimbangan	
				4. Prinsip kehendak bebas. ¹²²	1. Bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah islam	
				5. Prinsip	1. Melakukan semua	

¹¹⁸Dian Sugiarti Nurul Huda, Khamin Khudori, Rizal Fahlevi, Badrusa'diyah, Dea Mazaya, *Pemasaran Syariah Teori Dan Aplikasi*, 1st Edn (Jakarta: Kencana, 2017).H.151

¹²⁰Miftakhul Huda, 'Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam', *Jurnal El-Faqih*, 5.April (2019),h. 101.

¹²¹Abu Lubaba dan Ari Kristin Prasetyoningrum.

¹²²Miftakhul Huda.

				tanggung jawab. 123	hal sesuai kaidah	
--	--	--	--	------------------------	-------------------	--



¹²³Abu Lubaba dan Ari Kristin Prasetyoningrum.

BAB III

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Pulau Pasaran Kota Bandar Lampung

1. Keadaan Geografis Pulau Pasaran

Pulau Pasaran adalah sebuah pulau di Kelurahan Kota Karang, Kecamatan Teluk Betung Barat. Luas Pulau Pasaran sekitar 12 hektar. Pulau Pasaran dikenal sebagai sentra pengolahan ikan teri asin terbesar di Kota Bandar Lampung. Jarak dari Pulau Pasaran ke Kelurahan Kota Karang sekitar 1 km dengan waktu tempuh sekitar 15 menit. Pulau Pasaran termasuk dalam Lingkungan 2 di Kelurahan Kota Karang yang terbagi menjadi RT 09 dan RT 10.¹²⁴

2. Keadaan Topografi Pulau Pasaran

Kondisi tepi laut di Pulau Pasaran hampir secara keseluruhan sudah berupa tumpukan batu dan tidak ada lagi tepi laut yang berupa pantai berpasir. Kondisi pulau yang berada pada laut yang dangkal dimanfaatkan oleh penduduk untuk memperluas wilayah Pulau Pasaran. Penduduk sengaja membuat tumpukan batu untuk membuat lahan sebagai tempat tinggal mereka, bahkan ada beberapa tempat

¹²⁴<https://lampung.antaranews.com/berita/303268/mengasa-pulau-pasaran-sebagai-pulau-ikan-asin>. (diakses pada 20/01/2019)

yang masih berupa lautan dangkal tetapi sudah menjadi lahan hak milik salah satu warga di Pulau Pasaran.¹²⁵

3. Letak administratif Pulau Pasaran

Letak administratif adalah letak suatu daerah terhadap pembagian wilayah pemerintahan berdasarkan pada wilayah-wilayah administratif pemerintahan tersebut. Secara administratif, batas wilayah Kelurahan Kota Karang sebagai berikut:¹²⁶

- 1) Sebelah Utara : Kecamatan Teluk Betung Selatan
- 2) Sebelah Barat : Kelurahan Kota Karang Raya
- 3) Sebelah Timur : Kecamatan Telukbetung Selatan
- 4) Sebelah Selatan : Teluk Lampung

4. Keadaan Demografi Pulau Pasaran

Total jumlah penduduk di Pulau Pasaran periode November 2019 sebanyak 1.028 jiwa yang terdiri atas laki-laki sebanyak 575 jiwa dan perempuan sebanyak 507 jiwa.¹²⁷ Secara rinci jumlah penduduk berdasarkan golongan usia dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.1

Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur

Kelompok Usia (tahun)	Jumlah (jiwa)	Presentase (%)
0-4	90	8,01
5-6	34	3,03

¹²⁵ <https://lampung.antaranews.com/berita/303268/mengasa-pulau-pasaran-sebagai-pulau-ikan-asin>. (diakses pada 20/01/2020)

¹²⁶ Suhedi selaku Ketua RT:10, Interview, 20/01/2020

¹²⁷ Laporan penduduk per-bulan kelurahan Kota Karang periode 2019

7-13	184	16,38
14-16	76	6,77
17-24	181	16,12
25-54	473	42,12
55 keatas	85	7,57
Jumlah	1.123	100,00

Sumber : Data Masyarakat 2017 Desa Pulau Pasaran Kota Bandar Lampung.

Tabel 3.1 menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk di Pulau Pasaran berada pada umur antara 25-54 tahun sebanyak 473 jiwa atau sekitar 42,12 persen dari keseluruhan jumlah penduduk. Pulau Pasaran didominasi oleh penduduk yang berusia produktif sehingga mampu menjalankan usaha secara optimal. Pulau Pasaran kini telah menjadi sentra pengolahan ikan teri asin terbesar di Bandar Lampung dimana penduduknya banyak dikenal sebagai pengolah ikan teri asin. Keadaan penduduk berdasarkan jenis mata pencaharian disajikan pada tabel 2 :¹²⁸

Tabel 3.2

Jumlah penduduk berdasarkan mata pencaharian

Mata Pencaharian	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
Nelayan	57	10,00
Pengolah	52	9,12
Wiraswasta	27	4,74

¹²⁸ Data Masyarakat 2017 Desa Pulau Pasaran Kota Bandar Lampung.

Buruh	316	55,44
Pedagang	118	20,70
Jumlah	570	100,00

Sumber : Data Masyarakat Desa Pulau Pasaran Kota Bandar Lampung

Tahun 2017

Tabel 3.2 menunjukkan bahwa presentase terbesar penduduk di Pulau Pasaran bekerja kepada pengolah ikan. Selain itu, penduduk di Pulau Pasaran bekerja sebagai pedagang, nelayan, pengolah, dan wiraswasta. Tingkat pendidikan di Pulau Pasaran disajikan pada Tabel 3.¹²⁹

Tabel 3.3
Tingkat Pendidikan di Pulau Pasaran

Tingkat pendidikan	Jumlah (jiwa)	Presentase (%)
TK	25	2,65
Tamat SD	589	62,66
Tamat SLTP	183	19,47
Tamat SMU	128	13,62
Sarjana	15	1,60
Jumlah	940	100,00

Sumber : Data Masyarakat Pulau Pasaran Kota Bndar Lampung Tahun 2017

¹²⁹ Data Masyarakat 2017 Desa Pulau Pasaran Kota Bandar Lampung.

Tabel 3.3 menjelaskan bahwa tingkat pendidikan yang pernah dianyam sebagian besar masyarakat Pulau Pasaran adalah tingkat Sekolah Dasar (SD) yakni dengan presentase sebesar 62,66%. Kurangnya kesadaran dan biaya kala itu menjadi penyebab utama rendahnya tingkat pendidikan masyarakat di Pulau Pasaran.

5. Sarana dan Prasarana

Akses untuk menuju Pulau Pasaran ada dua alternatif yaitu alternatif darat dan laut. Jalur darat dapat dilalui dengan menyebrangi jembatan penghubung dengan panjang 500 meter yang menghubungkan Pulau Pasaran dengan pesisir Kecamatan Teluk Betung Timur, namun jembatan yang memiliki lebar kurang lebih 1,5 meter ini tidak dapat dilalui oleh kendaraan besar seperti mobil.¹³⁰

Transportasi laut yang dapat digunakan oleh masyarakat menuju ke Pulau Pasaran adalah dengan menggunakan perahu dengan total biaya sebesar Rp. 3000 untuk biaya pulang pergi. Masyarakat yang hendak menyeberang ke Pulau Pasaran dengan transportasi laut dapat menitipkan kendaraan mereka pada lahan parkir yang dengan sengaja disediakan oleh masyarakat dengan biaya pembayaran sebesar Rp. 2000 untuk satu kendaraan.

Perahu pada saat ini sudah jarang digunakan oleh masyarakat untuk beraktivitas karena masyarakat lebih memilih melewati jembatan penghubung. Hal tersebut dikarenakan dirasa lebih memiliki tingkat

¹³⁰ Suhedi selaku Ketua RT:10,Interview,20/01/2020

efektifitas dan efisiensi yang lebih baik dibandingkan harus menyeberang dengan menggunakan transportasi laut.

Pasokan listrik di Pulau Pasaran didistribusikan melalui kabel listrik yang disambungkan melalui tiang-tiang listrik yang dipasang di laut dan disalurkan dari bawah laut. Keseluruhan lahan di Pulau Pasaran digunakan untuk berbagai bentuk penggunaan lahan, 60 persen lahan digunakan untuk tempat penjemuran ikan teri sedangkan sisanya 40 persen digunakan untuk sarana penunjang sosial dan ekonomi yang terdapat di Pulau Pasaran antara lain sarana pendidikan berupa satu buah bangunan Sekolah Dasar (SD), tempat ibadah berupa satu buah mushala dan satu buah masjid, sarana kesehatan berupa satu buah Puskesmas (Pusat Kesehatan Desa), tempat pemakaman, satu buah balai warga, dan satu buah koperasi.

Sarana penunjang perekonomian pengolah di Pulau Pasaran adalah kapal yang biasa digunakan pengolah untuk melakukan transaksi jual beli ikan segar di bagan yang letaknya di tengah-tengah laut. Selain itu, di Pulau Pasaran terdapat beberapa usaha yaitu 19 warung kebutuhan konsumsi dan empat toko besi kecil.

6. Potensi Perikanan Pulau Pasaran

Pulau Pasaran memiliki potensi besar di bidang perikanan. Pulau Pasaran menjadi salah satu sentra industri pengolahan ikan teri di Lampung. Sebagian besar mata pencaharian pokok penduduknya

¹³¹ Suhedi selaku Ketua RT:10, Interview, 20/01/2020

bertumpu pada sektor perikanan yaitu sebagai pengolah ikan teri asin. Metode dan keterampilan mengolah ikan kering tersebut diperoleh secara turuntemurun dengan melakukan perbaikan produksi berdasarkan pengalaman.

Potensi perikanan di Pulau Pasaran membuat masyarakat di pulau ini sebagian besar memiliki pekerjaan yang berhubungan dengan perikanan seperti pengolah ikan teri asin, nelayan, dan buruh pengasin. Hal ini menyebabkan terbentuknya kelompok pengolah ikan, kelompok nelayan, dan kelompok pengolah produk turunan. Proses kemandirian kelompok serta kelembagaan yang telah terbentuk diwujudkan dengan berdirinya koperasi perikanan yang dikelola secara mandiri oleh kelompok pengolah ikan Pulau Pasaran atas binaan dari Bank Indonesia meski beberapa tahun belakangan ini keberadaan koperasi hanya hidup tapi tak lagi bernyawa. Produksi ikan teri di Pulau Pasaran dalam sehari kurang lebih mampu menghasilkan 20-30 ton dengan berbagai jenis yang diproduksi oleh lima kelompok pengolah ikan (teri) tersebut.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Sejarah Singkat Berdirinya UKM Ikan Teri Asin Bandar Lampung

Awal mula berdirinya industri ikan teri yaitu adanya kunjungan dari Bank Indonesia pada Tahun 2009 untuk dijadikan salah satu desa binaan klaster. Berdasarkan Keputusan Menteri No. 32 Tahun 2010, Pulau Pasaran telah ditetapkan sebagai kawasan minapolitan. Salah

satu upaya mendukung tersebut penetapan tersebut adalah dengan membentuk klaster industri pengolahan ikan teri asin di Pulau Pasaran.

Potensi perikanan di Pulau Pasaran membuat mayoritas masyarakat di pulau ini memiliki mata pencaharian seperti nelayan dan pengolah ikan teri asin. Sebagai pusat pengolahan ikan teri asin di Lampung, Pulau Pasaran menyerap banyak tenaga kerja, terutama para pekerja perempuan baik dari dalam atau luar Pulau Pasaran.

Satu pengolah paling sedikit membutuhkan 20 tenaga kerja yang bertugas sebagai penjemur dan penyortir ikan teri asin yang sudah kering. Sehingga tidak kurang dari 400 tenaga kerja perempuan dari daratan diluar Pulau Pasaran yang setiap hari mengandalkan pendapatan dari bekerja memilih ikan teri asin di Pulau Pasaran. Hal ini yang menjadi dasar Pulau Pasaran ditetapkan sebagai Kawasan Minapolitan oleh Wali Kota Bandar Lampung pada tahun 2010.¹³²

2. Visi dan Misi Industri Ikan Teri Asin Pulau Pasaran Bandar Lampung

a. Visi Industri Ikan Teri Asin Pulau Pasaran

Menjadi industri ikan teri asin Pulau Pasaran yang terbesar, terlaris dan terpercaya.

b. Misi Industri Ikan Teri Asin Pulau Pasaran

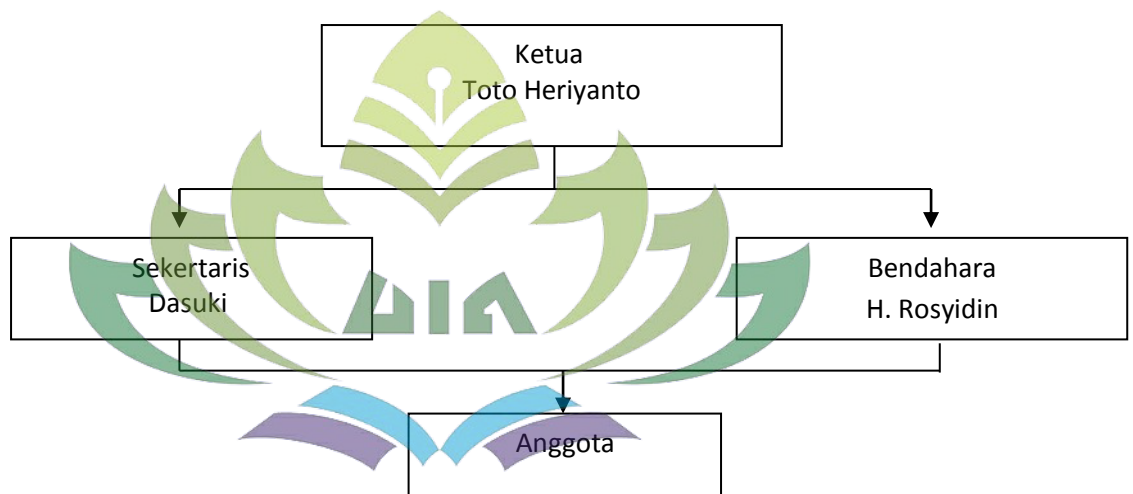
- 1) Mengembangkan usaha ikan teri asin di Pulau Pasaran berbasis produk unggulan daerah yang bertumpu pada sumber laut dari para nelayan.

¹³² Wawancara dengan bapak H.Rosyidin selaku pemilik usaha industri ikan teri asin,

- 2) Membangun terciptanya hubungan kerjasama yang baik, harmonis antara pelaku bisnis dengan konsumen atau masyarakat.
3. Struktur organisasi UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran

Struktur organisasi UKM Ikan Teri Asin di Pulau Pasaran Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada gambar berikut :

Tabel 3.4
Struktur Organisasi UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran



Sumber : Wawancara dengan Bapak Dasuki selaku Ketua Kelompok Putera Permana.

Tabel 3.5

Daftar UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran

No	Nama Kelompok	Nama Anggota	Struktur Kepengurusan	Jumlah hasil produksi
1	Usaha Bahari	1) Bapak Toto Heriyanto 2) Bapak Sarnoto 3) Bapak Sutarsono 4) Bapak Nuryasin 5) Bapak Rabas 6) Bapak Wahid 7) Bapak Paroji 8) Bapak Sanuri 9) Bapak Wasnari 10) Bapak H. Gendon	a) Ketua : Bapak Toto Heriyanto b) Sekertaris : Bapak Sarnoto c) Bendahara : Bapak Sutarsono	200-300 kg
2.	Putera Permana	1) Bapak Dasuki 2) Bapak H. Salun 3) Bapak Rinto Harahap 4) Bapak Asmara 5) Bapak Abdul Wakim 6) Bapak Agus Salim 7) Bapak Mutri Rais 8) Bapak Arun	a) Ketua : Bapak Dasuki b) Sekertaris : Bapak Rinto Harahap c) Bendahara : Bapak H. Salun	500 - 1000 kg
3.	Welas Asih	1) Bapak H. Rosyidin 2) Kusnadi 3) Bapak Mas Nun 4) Bapak Casuali 5) Bapak Kartama	a) Ketua : Bapak H. Rosyidin b) Sekertaris : Kusnadi	500-1000 kg

		6) Bapak Sukardi 7) Bapak Saleh 8) Bapak Andi 9) Bapak Ari 10) Bapak Wardi 11) Bapak Johari	c) Bendahara : Bapak Masnun	
4.	Waluya	1) Bapak Hendrik 2) Bapak Marno 3) Bapak Eko 4) Bapak H. Dukri 5) Bapak Aman 6) Bapak Asari 7) Bapak Abdul Rojak 8) Bapak Ikhsan 9) Bapak Amin 10) Bapak Sudari 11) Bapak Sobari	a) Ketua : Bapak Hendrik b) Sekretaris : Bapak Eko c) Bendahara : Bapak H. Dukri	1-2 ton
5.	Putra Pidada	1) Bapak H. Warna 2) Bapak Marjuni 3) Bapak Wato	a) Ketua : Bapak H. Warna	300 kg

		4) Bapak Saluki 5) Bapak Afif 6) Bapak Darsini 7) Bapak Nuridin 8) Bapak Dul mu'in	b) Sekertaris : Bapak Marjuni c) Benahara : Bapak Wato	
	Jumlah	48 Kelompok		

Tabel tersebut menjelaskan Jumlah UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran adalah sebanyak 48 UKM yang terbagi menjadi 5 kelompok yakni kelompok Usaha Bahari, Welas Asih, Putera Permana, Waluya dan Putra Pidada.¹³³ Pengklusteran ini berlangsung sejak tahun 2010 ketika Bank Indonesia mulai masuk memfasilitasi UKM Ikan Teri Asin si Pulau Pasaran ini.¹³⁴

Dimana dimasing-masing kelompok terdiri dari 7-11 anggota dengan tingkat rata-rata produktivitas masing-masing adalah 200-500 kg tiap 1x produksi.¹³⁵ Kegiatan produksi berlangsung selama 20-23 hari dalam satu bulan. Hal ini disebabkan karena ketersediaan bahan baku yang bergantung pada alam.

Adapun jenis produk ikan teri asin yang diproduksi di UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran adalah ikan teri nasi, buntiaw, hingga ikan teri jenis jengki.¹³⁶ Teri

¹³³ Wawancaara dengan bapak H.Rosyidin selaku Ketua Kelompok Welas Asih,(31/12/2019)

¹³⁴ Wawancara dengan bapak Hendrik selaku Ketua Kelompok Waluya,(19/02/2020)

¹³⁵ Wawancara dengan bapak Toto Heriyanto selaku Ketua Kelompok Usaha Bahari,(18/02/2020)

¹³⁶ Wawancara dengan bapak H.Warna selaku Ketua Kelompok Putera Pidada,(19/02/2020)

nasi memiliki nilai jual yang paling tinggi sedangkan teri jengki adalah produk dengan tingkat harga paling rendah.¹³⁷

Tabel 3.6

Daftar Responden UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran

No	Nama Responden	Status Kerja Responden	Status Responden	
			Kunci	Non kunci
1	Pak Toto Heriyanto	Ketua kelompok Usaha Bahari		√
2	Pak Dasuki	Ketua kelompok Putera Permana		√
3	Bapak H.Rasyidin	Ketua kelompok Welas Asih		√
4	Bapak Hendrik	Ketua kelompok Waluya		√
5	Bapak H.Warna	Ketua kelompok Putra Pidada		√
6	Bapak Arif Budiman	Bagian pembeli ikan teri kel. 1	√	
7	Bapak Ariansyah	Bagian pembeli ikan teri kel. 2	√	
8	Bapak Rohim	Bagian pembeli ikan teri kel. 3	√	
9	Bapak Juliansyah	Bagian pembeli ikan teri kel. 4	√	
10	Bapak Ade Januardi	Bagian pembeli ikan teri kel. 5	√	
11	Bapak Sartiman	Bagian perebus ikan teri kel. 1	√	
12	Bapak Rahmat	Bagian perebus ikan teri kel. 2	√	
13	Bapak Sopian	Bagian perebus ikan teri kel. 3	√	
14	Bapak Juki	Bagian perebus ikan teri kel. 4	√	
15	Bapak Yoniwijya	Bagian perebus ikan teri kel. 5	√	
16	Ibu Kasma	Bagian penyortir ikan teri kel. 1	√	
17	Ibu Iyon	Bagian penyortir ikan teri	√	

¹³⁷ Wawancara dengan bapak dasuki sebagai Ketua Kelompok Putera Permana,(10/02/2020)

		kel. 2		
18	Ibu Puspitasari	Bagian penyortir ikan teri kel. 3	√	
19	Ibu Rohaniah	Bagian penyortir ikan teri kel. 4	√	
20	Ibu Sulika	Bagian penyortir ikan teri kel. 5	√	
21	Bapak Untung Prayitno	Bagian pengemas ikan teri kel. 1	√	
22	Bapak Syarifudin	Bagian pengemas ikan teri kel. 2	√	
23	Bapak Ahmad Diki	Bagian pengemas ikan teri kel. 3	√	
24	Bapak M. Afif	Bagian pengemas ikan teri kel. 4	√	
25	Bapak Anam	Bagian pengemas ikan teri kel. 5	√	
26	Bapak Riski	Bagian pengangkut ikan teri kel. 1	√	
27	Bapak Igo	Bagian pengangkut ikan teri kel. 2	√	
28	Bapak Basari	Bagian pengangkut ikan teri kel. 3	√	
29	Bapak Edi	Bagian pengangkut ikan teri kel. 4	√	
30	Bapak Yudi	Bagian pengangkut ikan teri kel. 5	√	
Total Responden		30 Responden		

BAB IV

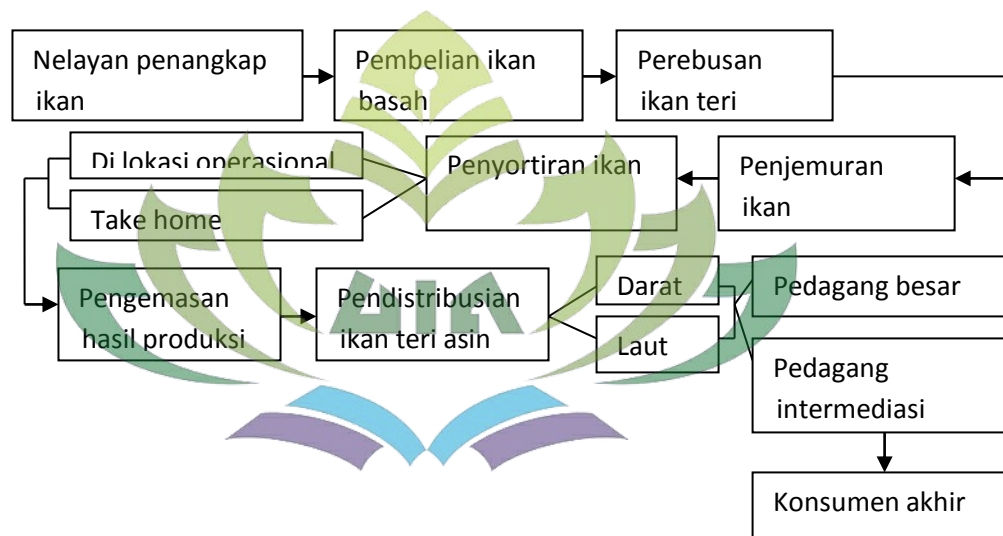
ANALISIS DATA

A. Siklus aktifitas produksi yang dilaksanakan oleh UKM ikan asin Pulau Pasaran, Teluk Betung Timur, Bandar Lampung

1. Proses Produksi Ikan Teri Asin Pulau Pasaran Bandar Lampung

Gambar 4.1

Proses Operasional Produksi Ikan Teri Asin Pulau Pasaran



Berdasarkan hasil wawancara dan observasi kepada para pekerja di masing-masing sub unit di beberapa UKM di Pulau Pasaran maka dapat dijelaskan beberapa tahapan operasional pembuatan ikan teri asin di UKM Pulau Pasaran ialah sebagai berikut :

a) Kelompok Bapak Toto

Proses pembelian menggunakan teknik menjemput bola dimana para pekerja laut berjumlah 4 orang yang bertugas memperoleh bahan baku ikan teri basah langsung membeli

bahanbaku kepada nelayan yang sudah memiliki hasil tangkapan ikan teri basah dan segar. Proses pembelian disetujui dengan kriteria kecocokan harga dan kualitas kesegaran ikan teri basah hasil tangkapan nelayan.

Perebusan ikan teri dilakukan diatas kapal dengan metode penggaraman basah dan perebusan. Mula-mula 20 kg garam dimasukkan dalam air dalam alat perebus yang telah berisi 200 liter air, kemudian diaduk sebentar hingga mendidih. Setelah mendidih, 40-50 kg dimasukkan dan diaduk sesekali agar mencapai tingkat kematangan yang merata dan sempurna.

Perebusan dilakukan selama 5 menit dengan prosedur demikian berulang-ulang hingga ikan teri basah yang dibeli terebus semuanya dengan pergantian air ketika memang sudah dibutuhkan untuk dilakukan. UKM pak toto melakukan perebusan 5-8 kali dan menghabiskan waktu selama 25 – 40 menit. Setelah itu ikan ditiriskan, dalam penirisan ikan ditempatkan pada bakul. Dalam tahap ini kelompok Pak Toto menggunakan 20-27 buah bakul.

Setelah kapal mulai bersandar, ikan yang telah direbus segera diturunkan dan dijemur oleh 2 orang pekerja darat. Proses penjemuran yang dilakukan Pak Toto adalah 3-4 jam ketika terik matahari mendukung. Pak Toto memiliki 15 tenaga kerja darat dalam bidang penyortir dengan pemberian gaji Rp.50.000 – Rp.70.000/ hari.

Setelah disortir, maka ikan teri yang telah dikelompokkan sesuai dengan jenis dan kualitasnya maka ikan teri asin dikemas dalam kardus dan dibungkus rapi dengan alas dan tutup koran dan direkatkan oleh lakban bening. Dalam tahap pengemasan membutuhkan 2 orang tenaga kerja dan menghabiskan ½-1kg koran dan 1-2 roll lakban dala satu kali pengemasan.

Dalam satu kali produksi, Pak Toto mampu menghasilkan 200-300kg karena hasil produksi ikan teri yang sudah kering adalah sebanyak 50% dari jumlah ikan teri basah yang dibeli. Hasil produksi didistribusikan ke penjual besar yang beerada di Jakarta dan Bandung dengan menggunakan transportasi darat L300. Penentuan harga ditetapkan oleh pasar ketika barang telah sampai.¹³⁸

b) Kelompok Bapak Dasuki

Pembelian ikan teri basah dilakukan langsung ke nelayan dengan menggunakan 1-2 kapal yang dikendarai oleh 5 pekerja laut namun terkadang Pak Dasuki pun turut turun langsung untuk dapat memperoleh ikan teri basah dengan harga yang sesuai ketika memang dirasa harga ikan teri basah mulai agak sedikit mahal dari biasanya. Kapal berangkat pada sore hari dan akan kembali pada sore hari. Proses pembelian disetujui dengan kriteria

¹³⁸ Wawancara dengan Bapak Toto sebagai Ketua Kelompok Usaha Bahari , (10/02/2020)

kecocokan harga dan kualitas kesegaran ikan teri basah hasil tangkapan nelayan.

Perebusan ikan teri dilakukan diatas kapal dengan metode penggaraman basah dan perebusan. Mula- mula 20 kg garam dimasukkan dalam air dalam alat perebus yang telah berisi 200 liter air, kemudian diaduk sebentar hingga mendidih. Setelah mendidih, 40-50 kg dimasukkan dan diaduk sesekali agar mencapai tingkat kematangan yang merata dan sempurna.

Perebusan dilakukan selama 5 menit dengan prosedur demikian berulang-ulang hingga ikan teri basah yang dibeli terebus semuanya dengan pergantian air ketika memang sudah dibutuhkan untuk dilakukan. UKM pak toto melakukan perebusan 10-20 kali dan menghabiskan waktu selama 1 -2 jam. Setelah itu ikan ditiriskan, dalam penirisan ikan ditempatkan pada bakul. Dalam tahap ini kelompok Pak Dasuki menggunakan 40-75 buah bakul.

Setelah kapal mulai bersandar, ikan yang telah direbus segera diturunkan dan dijemur oleh 2 orang pekerja darat. Proses penjemuran yang dilakukan Pak Dasuki adalah 3-4 jam ketika terik matahari mendukung. Pak Toto memiliki 20 tenaga kerja darat dalam bidang penyortir dengan pemberian gaji Rp.50.000 – Rp.70.000/ hari.

Setelah disortir, maka ikan teri yang telah dikelompokkan sesuai dengan jenis dan kualitasnya dikemas dalam kardus

dan dibungkus rapi dengan alas dan tutup koran dan direkatkan oleh lakban bening. Dalam tahap pengemasan membutuhkan 2 orang tenaga kerja dan menghabiskan 1,5 -2,5kg koran dan 2-3 roll lakban dalam satu kali pengemasan.

Dalam satu kali produksi, Pak Dasuki mampu menghasilkan 500kg – 1 ton karena hasil produksi ikan teri yang sudah kering adalah sebanyak 50% dari jumlah ikan teri basah yang dibeli. Hasil produksi didistribusikan ke penjual besar yang berada di Jakarta, Karawang, Cibubur, Bekasi, Jambi dan Padang dengan menggunakan transportasi darat L300 dan laut melalui ekspedisi dari paguyuban masyarakat setempat. Penentuan harga ditetapkan oleh pasar ketika barang telah sampai.¹³⁹

c) Kelompok Bapak H.Rasyidin

Proses pembelian ikan teri basah diserahkan kepada 5 orang tenaga kerja laut karena Pak H.Rasyidin untuk turun ke laut karena faktor usia dan kesibukan lainnya. Proses pembelian menggunakan teknik menjemput bola dan proses pembelian disetujui dengan kriteria kecocokan harga dan kualitas kesegaran ikan teri basah hasil tangkapan nelayan. Kapal berangkat pada sore hari dan akan kembali pada sore hari. Proses pembelian disetujui dengan kriteria kecocokan harga dan kualitas kesegaran ikan teri basah hasil tangkapan nelayan.

¹³⁹ Wawancara dengan Bapak Dasuki sebagai Ketua Kelompok Putera Permana,(11/02/2020)

Perebusan ikan teri dilakukan diatas kapal dengan metode penggaraman basah dan perebusan. Mula- mula 20 kg garam dimasukkan dalam air dalam alat perebus yang telah berisi 200 liter air, kemudian diaduk sebentar hingga mendidih. Setelah mendidih, 40-50 kg dimasukkan dan diaduk sesekali agar mencapai tingkat kematangan yang merata dan sempurna.

Perebusan dilakukan selama 5 menit dengan prosedur demikian berulang-ulang hingga ikan teri basah yang dibeli terebus semuanya dengan pergantian air ketika memang sudah dibutuhkan untuk dilakukan. UKM pak toto melakukan perebusan 10-20 kali dan menghabiskan waktu selama 1 -2 jam. Setelah itu ikan ditiriskan, dalam penirisan ikan ditempatkan pada bakul. Dalam tahap ini kelompok Pak H.Rasyidin menggunakan 40-75 buah bakul.

Setelah kapal mulai bersandar, ikan yang telah direbus segera diturunkan dan dijemur oleh 2 orang pekerja darat. Proses penjemuran yang dilakukan Pak H.Rasyidin adalah 3-4 jam ketika terik matahari mendukung. Pak H.Rasyidin memiliki 20 tenaga kerja darat dalam bidang penyortir dengan pemberian gaji Rp.50.000 – Rp.70.000/ hari.

Setelah disortir, maka ikan teri yang telah dikelompokkan sesuai dengan jenis dan kualitasnya dikemas dalam kardus dan dibungkus rapi dengan alas dan tutup koran dan direkatkan

oleh lakban bening. Dalam tahap pengemasan membutuhkan 2 orang tenaga kerja.

Dalam satu kali produksi, Pak H. Rasyidin mampu menghasilkan 500kg – 1 ton karena hasil produksi ikan teri yang sudah kering adalah sebanyak 50% dari jumlah ikan teri basah yang dibeli. Hasil produksi didistribusikan ke penjual besar yang berada di Jakarta, Karawang, Cibubur, dan Bekasi dengan menggunakan transportasi darat L300 dan laut melalui ekspedisi dari paguyuban masyarakat setempat. Penentuan harga ditetapkan oleh pasar ketika barang telah sampai.

d) Kelompok Bapak Hendrik

Proses pembelian menggunakan teknik menjemput bola dan proses pembelian disetujui dengan kriteria kecocokan harga dan kualitas kesegaran ikan teri basah hasil tangkapan nelayan. Kapal berangkat pada sore hari dan akan kembali pada pagi hari. Proses pembelian disetujui dengan kriteria kecocokan harga dan kualitas kesegaran ikan teri basah hasil tangkapan nelayan.

Perebusan ikan teri dilakukan diatas kapal dengan metode penggaraman basah dan perebusan. Mula-mula 40-50 kg garam dimasukkan dalam air dalam alat perebus yang telah berisi 200 liter air, kemudian diaduk sebentar hingga mendidih. Setelah mendidih, 40-50 kg dimasukkan dan diaduk sesekali agar mencapai tingkat kematangan yang merata dan sempurna.

Perebusan dilakukan selama 5 menit dengan prosedur demikian berulang-ulang hingga ikan teri basah yang dibeli terebus semuanya dengan pergantian air ketika memang sudah dibutuhkan untuk dilakukan. UKM pak toto melakukan perebusan 20-30 kali dan menghabiskan waktu selama 2-3 jam. Setelah itu ikan ditiriskan, dalam penirisan ikan ditempatkan pada bakul.

Setelah kapal mulai bersandar, ikan yang telah direbus segera diturunkan dan dijemur oleh 7 orang pekerja darat. Proses penjemuran yang dilakukan adalah 3-4 jam ketika terik matahari mendukung. Pak Hendrik memiliki 20 tenaga kerja darat dalam bidang penyortir dengan pemberian gaji Rp.50.000 – Rp.70.000/hari.

Setelah disortir, maka ikan teri yang telah dikelompokkan sesuai dengan jenis dan kualitasnya dikemas dalam kardus dan dibungkus rapi dengan alas dan tutup koran dan direkatkan oleh lakban bening. Dalam tahap pengemasan membutuhkan 7 orang tenaga kerja. Dalam satu kali produksi, Pak Hendrik mampu menghasilkan 1-3 ton karena hasil produksi ikan teri yang sudah kering adalah sebanyak 50% dari jumlah ikan teri basah yang dibeli. Hasil produksi didistribusikan ke penjual besar yang berada di Jakarta, Karawang, Cibubur, Jambi, Bekasi, Padang dan Bandung dengan menggunakan transportasi darat L300 dan laut melalui ekspedisi dari paguyuban masyarakat setempat.

Penentuan harga ditetapkan oleh pasar ketika barang telah sampai.¹⁴⁰

e) Kelompok Bapak H. Warna

Proses pembelian menggunakan teknik menjemput bola dimana para pekerja laut berjumlah 4 orang yang bertugas memperoleh bahan baku ikan teri basah langsung membeli bahan baku kepada nelayan yang sudah memiliki hasil tangkapan ikan teri basah dan segar. Proses pembelian disetujui dengan kriteria kecocokan harga dan kualitas kesegaran ikan teri basah hasil tangkapan nelayan.

Perebusan ikan teri dilakukan diatas kapal dengan metode penggaraman basah dan perebusan. Mula-mula 20 kg garam dimasukkan dalam air di alat perebus yang telah berisi 200 liter air, kemudian diaduk sebentar hingga mendidih. Setelah mendidih, 40-50 kg dimasukkan dan diaduk sesekali agar mencapai tingkat kematangan yang merata dan sempurna.

Perebusan dilakukan selama 5 menit dengan prosedur demikian berulang-ulang hingga ikan teri basah yang dibeli terebus semuanya dengan pergantian air ketika memang sudah dibutuhkan untuk dilakukan. UKM Pak H. Warna melakukan perebusan 5-7 kali dan menghabiskan waktu selama 25 – 40 menit. Setelah itu ikan ditiriskan, dalam penirisan ikan ditempatkan pada bakul.

¹⁴⁰ Wawancara dengan Bapak H. Rasyidin sebagai Ketua Kelompok Welas Asih, (10/02/2020)

Setelah kapal mulai bersandar, ikan yang telah direbus segera diturunkan dan dijemur oleh 2 orang pekerja darat. Proses penjemuran yang dilakukan Pak H.Warna adalah 3-4 jam ketika terik matahari mendukung. Pak H.Warna memiliki 15 tenaga kerja darat dalam bidang penyortir dengan pemberian gaji Rp.50.000 – Rp.70.000/ hari.

Setelah disortir, maka ikan teri yang telah dikelompokkan sesuai dengan jenis dan kualitasnya maka ikan teri asin dikemas dalam kardus dan dibungkus rapi dengan alas dan tutup koran dan direkatkan oleh lakban bening. Dalam tahap pengemasan membutuhkan 2 orang tenaga kerja.

Dalam satu kali produksi, Pak H.Warna mampu menghasilkan 300kg karena hasil produksi ikan teri yang sudah kering adalah sebanyak 50% dari jumlah ikan teri basah yang dibeli. Hasil produksi didistribusikan ke penjual besar yang berada di Jakarta dan Bandung dengan menggunakan transportasi darat L300. Penentuan harga ditetapkan oleh pasar ketika barang telah sampai.¹⁴¹

Bahan dan siklus tahapan operasional produksi semua UKM adalah sama hanya ada perbedaan pada jumlah hasil produksi masing-masing. Terdapat beberapa kendala yang mereka keluhkan yakni sulitnya

¹⁴¹ Wawancara dengan Bapak H.Warna sebagai Ketua Kelompok Waluya,(10/02/2020)

memperoleh bahan baku ikan teri yang selalu bergantung pada kondisi alam, kemudian juga terdapat sulitnya memperoleh pengakuan harga yang sesuai yang mereka tawarkan kepada para penjual besar di luar wilayah Lampung.

Kendala selanjutnya yakni ketergantungan terhadap kondisi alam yang mempengaruhi proses penjemuran ketika terik matahari mulai sulit didapat di musim penghujan maka hal tersebut akan mempengaruhi kualitas tampilan hasil produksi yang akan menjadi kekuningan dikarenakan ikan teri yang langsung direbus dilaut tidak langsung kering saat penjemuran.

Hal ini mengharuskan mereka berputar otak dalam mengembangkan strategi dalam pengemasan yakni dengan cara mencampurkan hasil produksi ikan teri asin kualitas kurang baik dengan kualitas terbaik namun dengan penetapan harga ikan teri asin dengan kualitas terbaik.

2. Faktor-faktor Produksi Ikan Teri Asin Pulau Pasaran

Tabel 4.2

Faktor-faktor produksi UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran

Faktor Produksi Tidak Tetap	Faktor Produksi Tetap
1) Ikan teri Jenis -jenis ikan teri : a. Ikan teri jengki b. Ikan teri buntiau c. Ikan teri nasi d. Teri alus	1. Cekeng (Ranjang) 2. Kompor 3. Alat Perebus perebus 4. Bakul 5. Para-para (alas penjemuran ikan teri asin)

e. Teri remacik 2) Garam 3) Air 4) Gas LPG 5) Solar 6) Tenaga Kerja 7) Kardus 8) Lakban putih 9) Koran	6. Gelagaran (tiang-tiang penjemuran ikan teri asin)
--	--

Berdasarkan tabel 4.2 faktor produksi yang digunakan oleh UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran terbagi menjadi dua jenis yakni faktor produksi tetap dan variabel. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti terhadap semua ketua kelompok dan para pekerja yang bertugas pada masing-masing sub unit dalam beberapa anggota kelompok UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran (kelompok Bapak Toto, Bapak Dasuki, Bapak H.Rasyidin, Bapak Hendrik dan Bapak H.Warna) diketahui bahwasanya setiap UKM menggunakan faktor produksi yang sama namun dengan kadar yang berbeda yang akan dijelaskan dibawah ini sebagai berikut :

a) Faktor produksi tidak tetap

1) Ikan teri basah

Ikan teri basah merupakan bahan baku dalam pembuatan ikan teri asin. Jenis ikan teri basah yang dibeli oleh pengolah adalah jenis ikan teri nasi, jengki, buntiau, teri alur dan remacik. Ikan teri nasi memiliki nilai jual paling tinggi dan ikan teri jengki adalah jenis ikan teri yang memiliki nilai jual paling rendah.

Pembelian ikan teri basah diukur dengan menggunakan cekeng yakni sebuah ranjang plastik persegi panjang namun tetap dalam satuan kilo gram. 1 cekeng mampu menampung 18-20 kg ikan teri basah.

Ikan Teri Nasi



Ikan Teri Buntiau



Ikan Teri Jengki



Ikan Teri Remacik



Ikan Teri Alus



Sumber : Dokumentasi Primer, 2020

1) Kelompok Pak Toto

Kelompok Bapak Toto menggunakan bahan baku ikan teri basah sebanyak 20-30 cekeng yang setara dengan 360-540kg/ 400-600kg dengan harga Rp. 200.000 – Rp. 270.000/cekeng. Jenis dan jumlah ikan teri basah yang dibeli tergantung pada hasil tangkapan nelayan.

2) Kelompok Bapak Dasuki

Kelompok Bapak Dasuki menggunakan bahan baku ikan teri basah sebanyak 30-50 cekeng yang setara dengan 540 -900kg/ 600kg-1 ton dengan harga Rp. 200.000 – Rp. 270.000/cekeng. Jenis dan jumlah ikan teri basah yang dibeli tergantung pada hasil tangkapan nelayan.

3) Kelompok Bapak H.Rasyidin

Kelompok Bapak H.Rasyidin menggunakan bahan baku ikan teri basah sama dengan kelompok sebelumnya yakni sebanyak 30-50 cekeng yang setara dengan 540 -900kg/ 600kg-1 ton dengan harga Rp. 200.000 – Rp. 270.000/cekeng . Jenis dan jumlah ikan teri basah yang dibeli tergantung pada hasil tangkapan nelayan.

4) Kelompok Bapak Hendrik

Kelompok Bapak Hendrik menggunakan bahan baku ikan teri basah sebanyak 50-100 cekeng yang setara dengan 900kg-1,8 ton/ 1 – 2 ton dengan harga Rp. 200.000 – Rp. 270.000/cekeng. Jenis dan jumlah ikan teri basah yang dibeli tergantung pada hasil tangkapan nelayan.

5) Kelompok Bapak H. Warna

Kelompok Bapak H. Warna menggunakan bahan baku ikan teri basah sebanyak 20-30 cekeng yang setara dengan 360-540kg/ 400-600kg dengan harga Rp. 200.000 – Rp. 270.000/cekeng. Jenis dan jumlah ikan teri basah yang dibeli tergantung pada hasil tangkapan nelayan.

Bahan baku ikan teri diperoleh oleh produsen hampir setiap hari dengan mekanisme jemput bola, dimana produsen membeli langsung tangkapan para nelayan di tengah laut. Intensitas peroleh bahan baku ikan teri adalah 20 hari dalam 1 bulan. Hal ini bergantung pada faktor alam yang mempengaruhi ada atau tidak adanya tangkapan ikan teri para nelayan pemasok bahan baku ikan teri.

2) Garam



Sumber : Dokumentasi Primer, 2020

Garam yang digunakan oleh pengolah ikan teri asin adalah jenis *solar salt* yaitu garam yang berasal dari air laut yang dikeringkan. Garam ini didapatkan melalui pedagang perantara ataupun langsung ke pemasok.

a. Kelompok Bapak Toto

Kelompok Bapak Toto memperoleh garam langsung dari pemasok di Pulau Jawa dengan menggunakan transportasi L300 milik pribadi sehingga mampu menampung kurang lebih 10 karung garam kasar setara dengan 10 ton dimana dalam 1 karung garam memiliki berat kurang lebih 100 kg. Pembelian dalam jumlah banyak dan langsung ke pemasok ini semata bertujuan untuk mencapai tingkat efektifitas dan efisiensi pembiayaan dan proses operasional produksi.

b. Kelompok Bapak Dasuki

Kelompok Bapak Dasuki melakukan pembelian langsung ke pemasok dengan rata-rata pembelian biasanya yaitu sebanyak 250 kg atau setara dengan 5 karung berukuran 50 kg.

c. Kelompok Bapak H.Rasyidin

Kelompok Bapak H.Rasyidin melakukan pembelian sama dengan kelompok Bapak Toto yakni langsung ke Pulau Jawa dengan kuantitas yang sama yakni 10 ton sekaligus.

d. Kelompok Bapak Hendrik

Kelompok Bapak Hendrik melakukan pembelian bahan baku garam dengan tempat dan jumlah yang sama dengan

kelompok bapak H.Rasyidin yakni sejumlah 10 ton sekaligus.

e. Kelompok Bapak H.Warna

Kelompok Bapak.H.Warna melakukan pembelian garam dari Pulau Jawa dengan kurang lebih sebanyak 200-250 kg atau 4-5 karung berukuran 50kg.

3) Gas LPG



Sumber : Dokumentasi Primer, 2020

Gas LPG yang digunakan dalam operasional produksi ikan teri asin Pulau Pasaran adalah gas LPG berukuran 12 kg.

a) Kelompok Bapak Toto

Kelompok Bapak Toto menggunakan 2-3 gas LPG 12 kg untuk satu kali produksinya. Gas LPG dibeli dari agen Gas yang berada di wilayah dalam Bandar Lampung.

b) Kelompok Bapak Dasuki

Kelompok ini menghabiskan gas LPG 12 kg sebanyak 4-5 buah dalam satu kali produksinya. Bapak Dasuki memperoleh gas dari wilayah dalam Bandar Lampung.

c) Kelompok Bapak H.Rasyidin

Kelompok ini menghabiskan gas LPG 12 kg sebanyak 5 buah dalam satu kali produksinya. Bapak H.Rasyidin memperoleh gas dari wilayah dalam Bandar Lampung.

d) Kelompok Bapak Hendrik

Kelompok ini menghabiskan gas LPG 12 kg sebanyak 6-7 buah dalam satu kali produksinya. Bapak Hendrik memperoleh gas dari wilayah dalam Bandar Lampung.

e) Kelompok Bapak H.Warna

Kelompok ini menghabiskan gas LPG 12 kg sebanyak 3-4 buah dalam satu kali produksinya. Bapak H.Warna memperoleh gas dari wilayah dalam Bandar Lampung.

4) Solar

Solar digunakan oleh pengolah sebagai bahan bakar kapal mereka yang digunakan dalam pembelian ikan basah ke bagan-bagan nelayan di tengah laut. Jumlah solar yang dihabiskan dalam satu kali produksi berbeda karna sesuai dengan jauh nya perjalanan yang ditempuh.



Sumber : Dokumentasi Primer, 2020

a) Kelompok Bapak Toto

Pak Toto menghabiskan 130 liter untuk sekali perjalanan. Kapal berjalan sejak sore hari dan akan kembali pada pagi hari . perjalanan hanya memakan waktu 1 hari satu malam unntuk mencari ikan teri basah.

b) Kelompok Bapak Dasuki

Pak Dasuki menghabiskan 140 liter untuk sekali perjalanan. Kapal berjalan sejak sore hari dan akan kembali pada pagi hari . Perjalanan hanya memakan waktu 1 hari satu malam unntuk mencari ikan teri basah.

c) Kelompok Bapak H.Rasyidin

Pak H.Rasyidin menghabiskan 140-145 liter untuk sekali perjalanan. Kapal berjalan sejak sore hari dan akan kembali pada pagi hari . Perjalanan hanya memakan waktu 1 hari satu malam unntuk mencari ikan teri basah.

d) Kelompok Bapak Hendrik

Pak Hendrik menghabiskan 145 liter/kapal untuk sekali perjalanan. Kapal berjalan sejak sore hari dan akan kembali pada pagi hari . Perjalanan hanya memakan waktu 1 hari satu malam unutup mencari ikan teri basah.

e) Kelompok Bapak H.Warna

Pak H.Warna menghabiskan 130 liter untuk sekali perjalanan. Kapal berjalan sejak sore hari dan akan kembali pada pagi hari. Perjalanan hanya memakan waktu 1 hari satu malam unutup mencari ikan teri basah.

5) Tenaga kerja

Tenaga kerja yang digunakan UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran ini terbagi menjadi 2 jenis yakni tenaga kerja darat dan tenaga kerja laut. Tenaga kerja laut bertugas dalam pembelian bahan baku. Tenaga kerja darat terdiri dari penjemurpenyortir dan pengemas.



Sumber : Dokumentasi Primer, 2020

a) Kelompok Bapak Toto,

UKM Pak Toto memiliki 27 tenaga kerja yang terdiri dari 4 orang tenaga kerja laut yakni 1 orang nahkoda, 1 orang pembeli ikan, 1 orang perebus ikan dan 1 orang pengatur tali kapal, 19 tenaga kerja darat terdiri dari 4 orang penjemur, 15 orang penyortir dan 4 orang pengemas.

b) Kelompok Bapak Dasuki

UKM Pak Dasuki memiliki 30 tenaga kerja yang terdiri dari 5 orang tenaga kerja laut yakni 1 orang nahkoda, 2 orang pembeli ikan, 1 orang perebus ikan dan 1 orang pengatur tali kapal, 25 tenaga kerja darat terdiri dari 2 orang penjemur, 20 orang penyortir dan 3 orang pengemas.

c) Kelompok Bapak H.Rasyidin

UKM Pak H.Rasyidin memiliki 30 tenaga kerja yang terdiri dari 5 orang tenaga kerja laut yakni 1 orang nahkoda, 2 orang pembeli ikan, 1 orang perebus ikan dan 1 orang pengatur tali kapal, 25 tenaga kerja darat terdiri dari 2 orang penjemur, 20 orang penyortir dan 3 orang pengemas.

d) Kelompok Bapak Hendrik

UKM Pak Hendrik memiliki 59 tenaga kerja yang terdiri dari 5 orang tenaga kerja laut/kapal yakni 1 orang nahkoda, 2 orang pembeli ikan, 1 orang perebus ikan dan 1 orang pengatur tali kapal. Pak Hendrik memiliki 4 buah kapal,

sehingga total pekerja laut adalah sebanyak 20 orang.

Kemudian 25 tenaga kerja darat terdiri dari 7 orang penjemur, dan 25 orang penyortir. Dan 7 orang pengemas.

e) Kelompok Bapak H. Warna

UKM Pak H. Warna memiliki 23 tenaga kerja yang terdiri dari 4 orang tenaga kerja laut yakni 1 orang nahkoda, 1 orang pembeli ikan, 1 orang perebus ikan dan 1 orang pengatur tali kapal, 19 tenaga kerja darat terdiri dari 2 orang penjemur, 15 orang penyortir dan 2 orang pengemas.

Tenaga kerja laut berjenis kelamin lelaki dengan klasifikasi memiliki skill terkait, sedangkan untuk tenaga kerja penyortir terdiri dari para ibu-ibu yang berasal dari dalam maupun luar wilayah Pulau Pasaran. Para tenaga kerja laut bekerja sejak sore hari pemberangkatan kapal hingga esok pagi saat kapal kembali bersandar. Tenaga kerja darat bekerja sejak pukul 09.00 – 17.00 WIB.

6) Kardus

Kardus digunakan untuk mengemas hasil olahan ikan teri asin yang sudah melalui semua tahap operasional produksi dan siap untuk didistribusikan ke wilayah dalam maupun luar pulau Lampung. Kardus yang digunakan adalah kardus bekas yang masih sangat layak pakai dan bersih dengan ukuran 15 kg yang dibeli dari pemasok dengan harga Rp. 4.500 per kardus.



Sumber : Dokumentasi Primer, 2020

a) Kelompok Pak Toto

Kardus yang diperlukan adalah 13-20 pcs dalam satu kali produksinya.

b) Kelompok Bapak Dasuki

Banyaknya kardus yang digunakan adalah 33 – 60 pcs dalam satu kali produksinya

c) Kelompok Bapak H.Rasyidin

Kardus yang digunakan adalah sebanyak 35 – 60 pcs dalam satu kali produksinya.

d) Kelompok Bapak Hendrik

Jumlah kardus yang digunakan dalam proses pengemasan hasil produksi adalah sebanyak 63 – 130 pcs dalam satu kali kegiatan produksinya.

e) Kelompok Bapak H.Warna

Kardus yang digunakan oleh Bapak Hendrik kurang lebih adalah sebanyak 20 pcs dalam satu kali produksi.

7) Koran bekas

Koran berfungsi sebagai alas pengemasan ikan teri asin dalam kardus. Koran bekas digunakan sebagai alas dan penutup di atasnya dengan tujuan agar ikan teri asin yang dikemas dan ingin didistribusikan tidak tercecer atau mengalami kerusakan. Koran dibeli dengan satuan kilogram kepada para penjual perantara dengan harga Rp. 6000/kg.



Sumber : Dokumentasi Primer, 2020

a) Kelompok Pak Toto

Banyaknya koran bekas yang digunakan kurang lebih $\frac{1}{2}$ - 1kg dalam satu kali proses pengemasan hasil produksi ikan teri asin.

b) Kelompok Bapak Dasuki

Jumlah koran yang dihabiskan dalam satu kali produksi adalah sebanyak 1,5 – 2,5kg dalam satu kali proses pengemasan produksi ikan teri asin dalam sekali produksi.

c) Kelompok Bapak H.Rasyidin

Kelompok ini menghabiskan koran bekas dengan jumlah sebanyak 2,5 -3,5kg dalam satu kali proses produksi.

d) Kelompok Bapak Hendrik

Koran bekas yang dihabiskan oleh kelompok ini adalah sebanyak 3 – 4 kg dalam satu kali produksi ikan teri asin.

e) Kelompok Bapak H. Warna

Koran yang dihabiskan oleh kelompok ini adalah sebanyak 1kg dalam satu kali produksinya.

8) Lakban putih

Lakban putih berfungsi sebagai perekat untuk menutup kardus agar kardus yang berisikan ikan teri asin dapat terkemas dengan rapih dan bisa selamat sampai pada tujuan. 1 pack lakban putih besar berisi 5 roll dan dapat diperoleh dengan harga Rp.50.000/pack. 1 roll lakban putih besar dapat digunakan untuk mengemas kurang lebih 15 kardus kemasan ikan teri asin.

a) Kelompok Bapak Toto

Lakban yang dihabiskan dalam proses pengemasan satu kali produksi adalah sebanya 1-2 roll.

b) Kelompok Bapak Dasuki

Pak Dasuki menghabiskan lakban sebanyak 2-3 roll dalam proses pengemasan satu kali produksinya.

c) Kelompok Bapak H.Rasyidin

Lakban yang dihabiskan adalah sebanyak 2-3 roll dalam proses pengemasan satu kali proses produksi.

d) Kelompok Bapak Hendrik

Jumlah lakban yang dihabiskan adalah sebanyak 3 roll dalam satu kali produksi.

e) Kelompok Bapak H.Warna

Bapak H.Warna menghabiskan lakban bening sebanyak 1-2 roll dalam satu kali proses produksi.

b) Faktor Produksi tetap

1. Cekeng

Cekeng merupakan keranjang berbentuk persegi panjang yang terbuat dari bahan dasar plastik.



Sumber : Dokumentasi Primer, 2020

a) Kelompok Bapak Toto

Jumlah cekeng yang diperlukan dalam satu kali produksi sama dengan jumlah ikan yang dibeli, Pak toto menggunakan cekeng sebanyak 20-30 buah.

b) Kelompok Bapak Dasuki

Pak Dasuki memerlukan 30-50 cekeng dalam satu kali produksinya. Jumlah ini sesuai dengan jumlah pembelian ikan.

c) Kelompok Bapak H.Rasyidin

Pak H.Rasyidin menggunakan cekeng sebanyak 30-50 buah cekeng dalam satu kali produksinya.

d) Kelompok Bapak Hendrik

Pak Hendrik menggunakan cekeng dengan jumlah rata-rata sebanyak 50-100 buah cekeng dalam satu kali produksinya.

e) Kelompok Pak H.Warna

Pak H.Warna membutuhkan cekeng sejumlah 20-30 buah dalam satu kali produksinya.

Cekeng yang dimiliki oleh masing-masing UKM dibeli dari penjual perantara. Karena sifatnya yang kebendaan, cekeng cukup memiliki fungsi penggunaan jangka agak panjang. Cekeng diganti hanya ketika terdapat kerusakan. Satu buah cekeng berharga Rp. 15.000/buah. Seluruh UKM di Pulau Pasaran rata-rata memiliki stock cekeng dengan jumlah 200 buah cekeng.

2. Kompor dan alat perebus

Kompor yang digunakan dalam pengolahan ikan teri asin yakni kompor dengan satu tungku berukuran besar. Tahap perebusan setiap UKM menggunakan satu buah kompor yang dibawa serta oleh kapal para pekerja ketika berangkat untuk membeli ikan.

Alat perebus yang digunakan berbentuk persegi dengan bahan dasar aluminium dengan kapasitas mampu menampung 200 liter air dan 40-50 kg ikan teri basah. Alat perebus yang digunakan hanya satu buah/kapal dalam tahap perebusan ikan teri asin.



Sumber : Dokumentasi Primer, 2020

a) Kelompok Bapak Toto

Bapak toto hanya memiliki 1 buah kapal makan alat perebus yang digunakan dalam satu kali produksi adalah satu buah.

b) Kelompok Bapak Dasuki

Kapal yang dimiliki oleh Bapak Dasuki adalah 2 buah kapal maka alat perebus dan kompor yang digunakan adalah sebanyak 2 buah dalam satu kali produksi

c) Kelompok Bapak H.Rasyidin

Bapak H.Rasyidin memiliki 2 buah kapal maka yang dipergunakan dalam kegiatan satu kali produksi adalah sebanyak 2 buah kompor dan alat perebus.

d) Kelompok Bapak Hendrik

Bapak Hendrik memiliki 4 buah kapal untuk mencari ikan maka dalam satu kali kegiatan produksinya menggunakan 4 buah alat perebus beserta kompornya.

e) Kelompok Bapak H.Warna

Bapak H. Warna memiliki satu buah kapal dan dalam satu kali produksinya menggunakan satu buah kompor dan alat perebus.

3. Bakul

Bakul adalah keranjang berbentuk lingkaran dan melandai kedalam seperti baskom namun berbahan dasar bambu. Bakul digunakan untuk meniriskan ikan teri yang telah direbus. Dalam

satu buah bakul berukuran sedang mampu menampung 15 kg ikan teri rebus.



Sumber : Dokumentasi Primer, 2020

a) Kelompok Bapak Toto

Bakul yang digunakan oleh Pak Toto adalah sejumlah 20-25 buah bakul dalam satu kali produksinya.

b) Kelompok Bapak Dasuki

Bakul yang digunakan oleh Pak Dasuki menggunakan 40-75 buah dalam satu kali produksinya.

c) Kelompok Bapak H.Rasyidin

Bakul yang digunakan adalah sebanyak 40-75 buah dalam satu kali produksinya.

d) Kelompok Bapak Hendrik

Bakul yang digunakan adalah sebanyak 70-135 buah bakul dalam satu kali kegiatan produksinya.

e) Kelompok Bapak H. Warna

Bakul yang digunakan adalah sebanyak 27 buah dalam satu kali produksinya.

Bakul sendiri diperoleh dari pedagang perantara dan pembeliannya dilakukan dengan jangka waktu yang agak panjang karena pergantian bakul dilakukan hanya jika ada kerusakan yang harus mengurangi jumlah bakul yang digunakan.

4. Gelagaran

Gelagaran adalah tiang-tiang penjemuran dengan tinggi 85 cm dan memanjang sepanjang 7-10 m.



Sumber : Dokumentasi Primer, 2020

a) Kelompok Bapak Toto

Gelagaran yang dimiliki oleh Pak toto adalah sebanyak 10 baris yang berada di halaman depan tempat tinggalnya.

b) Kelompok Bapak Dasuki

Gelagaran yang dimiliki Pak Dasuki adalah sebanyak 10-15 baris yang letaknya agak berjauhan dengan tempat tinggalnya.

c) Kelompok Bapak H.Rasyidin

Gelagaran yang dimiliki oleh Pak H.Rasyidin adalah sebanyak 15 baris yang dibangun di depan tempat tinggalnya.

d) Kelompok Bapak Hendrik

Gelagaran yang dimiliki adalah sebanyak 17 baris yang berada di depan tempat tinggalnya.

e) Kelompok Bapak H.Warna

Gelagaran yang dimiliki adalah sebanyak 10 baris yang berada di depan tempat tinggalnya.

Gelagaran ini didirikan secara mandiri oleh pemilik UKM di sebuah tanah lapang dengan jarak 1 meter antar baris gelagaran.

5. Para- para

Para- para adalah alat penjemur berbentuk persegi panjang dengan ukuran 70 x 90 cm yang berbahan dasar kayu dibagian tepi dan berlapis jaring hitam disekeliling serta bagian dalamnya. Para-para digunakan sebagai alas penjemuran ikan teri yang telah direbus.



Sumber : Dokumentasi Primer, 2020

a) Kelompok Bapak Toto

Para-para yang dimiliki oleh Pak Toto adalah sebanyak 350 buah dan dalam satu kali produksi para-para yang terpakai adalah sebanyak 150-200 para-para.

b) Kelompok Bapak Dasuki

Para-para yang dimiliki oleh Pak Dasuki adalah sebanyak 500 buah dan biasa terpakai kurang lebih 250 buah para-para dalam satu kali produksi.

c) Kelompok Bapak H.Rasyidin

Para-para yang dimiliki adalah sebanyak 500 buah dan para-para yang terpakai dalam satu kali produksi kurang lebih adalah 250-270 buah para-para.

d) Kelompok Bapak Hendrik

Para-para yang dimiliki adalah sebanyak 500 buah dan yang terpakai adalah kurang lebih sebanyak 260-270 para-para dalam satu kali produksi.

e) Kelompok Bapak H. Warna

Para-para yang dimiliki adalah sebanyak 350 buah dan yang terpakai adalah 150-180 para-para dalam satu kali produksi.

Jumlah para-para yang digunakan dalam satu kali produksi cenderung menyesuaikan tergantung pada hasil pembelian ikan teri hasil tangkapan para nelayan yang tentu saja dipengaruhi oleh kondisi alam





B. Rantai Nilai UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran Bandar Lampung

Gambar 4.1

Analisis Rantai Nilai Pada UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran

Aktivitas Pendukung

Administrasi Umum				
<ol style="list-style-type: none">1. Menggunakan sistem manajemen secara efektif dan efisien2. Pelaksanaan prosedur bersifat instruktif3. Perolehan dana bersifat individual4. Sistem pencatatan kegiatan operasional produksi bersifat manual dan tradisional5. Sistem pengawasan kegiatan operasional produksi dilakukan secara langsung				
Manajemen Sumber Daya Manusia				
<ol style="list-style-type: none">1. Manajemen perencanaan penempatan jumlah tenaga kerja dilakukan oleh pemilik UKM2. Proses perekrutan pekerja bersifat fleksibel3. Dasar penempatan para pekerja berdasarkan kriteria dalam bidang tertentu4. Tidak ada serangkaian pelatihan yang diberikan kepada para pekerja5. Pemilik UKM melakukan control atau pemantauan secara langsung dalam rangka meningkatkan pengembangan kinerja pekerja6. Meneliti secara berkala sebagai bentuk dari pengawasan terhadap kinerja para pekerja7. Pembagian gaji atau kompensasi dilakukan dengan sistem harian8. Memberikan jaminan keselamatan berupa bantuan dana pengobatan secara individual				
Riset, teknologi dan pengembangan				
<ol style="list-style-type: none">1. Melakukan kunjungan kepada UKM sejenis dalam rangka studi banding terkait proses operasional pengolahan ikan teri asin namun tidak serta merta merubah sistem operasional.2. Menggunakan peralatan tradisional dalam seluruh proses operasional3. Melakukan pengembangan teknik perebusan ikan teri menjadi lebih menjaga lingkungan namun tetap tradisional4. Perangkat pendukung bagi pengusaha dalam pengambilan keputusan masih bersifat terpusat dan fleksibel				
Pembelian				
<ol style="list-style-type: none">1. Melakukan pembelian bahan baku ikan teri dengan sistem jemput bola (langsung ke pemasok bahan baku dalam jumlah banyak) sehingga dapat meningkatkan efisiensi biaya2. Memperoleh bahan baku ikan teri asin langsung ke nelayan ditengah laut, garam dan bahan lainnya langsung ke pemasok baik dalam atau luar wilayah Lampung3. Intensitas perolehan bahan baku masih bergantung pada kondisi alam sehingga juga terkadang menjadi kendala bagi operasional produksi ikan teri asin				
Logistik kedalam	Operasional	Output	Pemasaran dan penjualan	Pelayanan purna jual
<ol style="list-style-type: none">1. Melakukan pembelian bahan baku dengan efektif dan efisien (langsung ke nelayan)2. Memiliki alternatif pemasok untuk memperoleh bahan pendukung dengan efektif dan efisien3. Sistem pengolahan masih bersifat tradisional	<ol style="list-style-type: none">1. Kapal berangkat untuk membeli ikan teri hasil tangkapan nelayan di tengah laut (kapal sudah dilengkapi dengan bahan baku garam dan peralatan perebusan)2. Ikan teri yang telah dibeli langsung masuk pada tahap perebusan diatas kapal3. Ikan dibiarkan dalam cekeng (wadah keranjang) sampai proses perebusan semua ikan teri mentah selesai.4. Kapal pulang dan ikan teri diturunkan dari kapan untuk kemudian masuk pada tahap selanjutnya yakni penjemuran5. Setelah dijemur kurang lebih 3-	<ol style="list-style-type: none">1. Ikan teri asin yang telah dikemas diberi kode tertentu sesuai dengan jenis nya masing-masing.2. Pengangkutan hasil produksi dilakukan melalui transportasi darat maupun laut dengan tujuan pengepul yang sudah menjadi pelanggan.	<ol style="list-style-type: none">1. Tidak melakukan riset pasar untuk mengetahui keinginan pasar dan sebagainya.2. Tidak melakukan kegiatan promosi karena penjualan sudah memiliki pengepul masing-masing3. Hanya menggunakan strategi perbandingan harga barang hasil produksi antara satu pengepul dan lainnya.	<ol style="list-style-type: none">1. Menerima setiap usulan dan komentar yang diberikan dari para pengepul jika memang terdapat kesalahan atau kekurangan pada produk hasil produksi.

Margin laba

	<p>4 jam, kemudian dilakukan penyortiran untuk memisahkan ikan teri sesuai jenisnya masing-masing.</p> <p>6. Ikan yang telah dipilih kemudian dikemas dalam kardus ukuran berat 25 kg.</p> <p>7. Ikan teri asin yang telah dikemas diberi kode tertentu sesuai dengan jenisnya masing-masing.</p> <p>8. Pengangkutan hasil produksi dilakukan melalui transportasi darat maupun laut dengan tujuan pengepul yang sudah menjadi pelanggan.</p>			
--	---	--	--	--

Aktivitas Utama

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti terhadap beberapa UKM dan para pelaku dalam masing-masing sub unit yang bertugas dalam masing-masing bidang maka didapatkan informasi sebagai berikut :

1) Logistik kedalam

Terdapat 5 responden yang memberikan keterangan atau informasi mengenai hal-hal terkait proses logistik kedalam mulai dari penerimaan, penyimpanan hingga pendistribusian bahan baku kedalam, penjelasannya dibawah ini sebagai berikut :

- a) Penerimaan bahan baku kelompok UKM Pak Toto, Pak Dasuki, Pak H.Rasyidin, Pak Hedrik serta Pak H.Warna menggunakan manajemen perolehan bahan baku yakni dengan menggunakan teknik menjemput bola baik dalam perolehan ikan teri basah maupun garam. Hal ini dilakukan adalah demi tercapainya tingkat efisiensi dan efektifitas biaya serta kualitas dalam proses pengolahan ikan teri asin yang dihasilkan nantinya. Semua tahap dilakukan dengan tahap dan prosedur

yang sama yakni dilaksanakan secara instruktif dari pemilik UKM terhadap 4-5 pekerja laut yang bertugas.

- b) Penyimpanan bahan baku dilakukan setelah proses perebusan yakni dengan menempatkan semua ikan yang telah direbus kedalam bakul dan diangin-anginkan untuk menghindari penurunan tingkat kualitas bahan baku ikan. Metode ini telah berkembang sejak tahun 2000 an oleh para pelaku UKM karena dengan penyimpanan bahan baku ikan teri basah yang masih mentah maka akan menimbulkan bau kurang sedap serta menurunkan tingkat kualitas nya. Sedangkan garam hanya dengan disimpan pada tempat yang kering. Para pelaku UKM menyimpan garam mereka pada gudang rumah mereka masing-masing. Hanya para tenaga kerja laut yang turut turun tangan dalam tahap penyimpanan bahan baku ikan teri basah tersebut.
- c) Pendistribusian bahan baku dilakukan oleh para pekerja laut yang sudah menyandarkan kapal kemudian mendistribusikan bahan baku ikan teri yang telah direbus tersebut kepada 2 pekerja darat yang bertugas sebagai penjemur. Dalam pendistribusian ini diawasi juga oleh pemilik usaha dengan melihat ikan basah hasil pembelian serta hasil rebusan yang telah dilakukan.

Dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap 5 UKM tersebut, didapatkan beberapa informasi terkait rantai nilai pada tahap perolehan, penyimpanan dan pendistribusian bahan baku adalah sebagai berikut :

- 1) Aktivitas administrasi umum yang diterapkan dalam tahap ini adalah metode yang sederhana dan apa adanya namun tetap mengutamakan tingkat efektifitas dan efisiensi baik dalam perolehan, penyimpanan sampai pendistribusian bahan baku pembuatan Ikan Teri Asin.

- 2) Manajemen tenaga kerja pada tahap ini dilakukan dan diputuskan oleh pemilik UKM dengan metode yang juga sederhana dan fleksibel atas dasar prinsip kemanusiaan.
- 3) Mengenai Riset, Teknologi dan Pengembangan, para pemilik UKM tidak pernah melakukan riset secara berkala pada beberapa industri olahan sejenis untuk meningkatkan kualitas kerja pada tahap penerimaan, penyimpanan hingga pendistribusian bahan baku namun teknik yang digunakan sudah mampu menciptakan nilai efektifitas dan efisiensi yang tepat.

Adapun perkembangan dari prosesnya dilakukan secara otodidak oleh para pemilik UKM tanpa mengikuti proses yang telah dilaksanakan oleh industri sejenis manapun.

- 4) Pembelian bahan baku ikan teri dilakukan secara langsung ke nelayan perairan sekitar Pulau Pasaran sendiri, Pulau Sebesi, Pulau Legundi dan sampai pada kaki gunung anak Krakatau. Untuk pembelian ikan basah dilakukan secara masing-masing sedangkan untuk pembelian garam bersifat kolektif.

Kendala yang dihadapi pada tahap logistik masuk ini adalah faktor alam yang membuat para pelaku usaha tidak berputik ketika memang sedang tidak mendukung. Pada masa sulitnya memperoleh ikan Pak Toto, Pak Dasuki, Pak H.Rasyidin, Pak Hendrik hingga Pak H.Warna tidak memberangkatkan kapal untuk mencari ikan teri basah dengan tujuan efisiensi biaya yang dikeluarkan.

2) Operasional

- a) Proses produksi dilakukan dengan alat dan metode yang masih sangat tradisional. Proses perebusan dilakukan dengan menggunakan alat perebus dan kompor satu tungku yang berukuran sangat besar dengan metode penggaraman basah. Proses penjemuran juga masih tradisional dengan mengandalkan terik sinar matahari

yang dirasa mampu lebih mempersingkat waktu pengeringan ikan teri dan memberikan kualitas ikan teri yang tidak terlalu kering sehingga mengurangi berat dari ikan teri tersebut.

Namun metode tradisional ini pun tak luput menjadi kendala ketika memang cuaca kurang mendukung sedangkan hasil tangkapan sangat melimpah yang pada akhirnya penjemuran tidak mampu menampung seluruhnya dan mengakibatkan proses pengeringan dilakukan dengan mengandalkan angin saja yang tentu akan berpengaruh pada kualitas hasil ikan teri yang cenderung berwarna agak kekuningan. Pada akhirnya, para pelaku UKM akan melakukan pengoplosan dalam proses pengemasan yakni dengan mencampurkan hasil ikan teri yang berwarna kekuningan dengan ikan teri asin dengan kualitas terbaik.

- b) Fasilitas-fasilitas produksi yang dipergunakan dalam proses operasional produksi ikan teri asin adalah para-para dan gelagaran yang dibangun di halaman depan maupun belakang tempat tinggal para pemilik UKM. Jumlah para-para dan gelagaran yang dimiliki oleh para pemilik UKM sudah sangat mencukupi dalam mendukung lancarnya kegiatan operasional produksi. Prosedur pergantian dilakukan dalam jangka waktu panjang hana ketika para-para dan gelagaran terjadi kerusakan.
- c) Pemeliharaan peralatan operasional produksi dilakukan secara mandiri oleh pemilik usaha atau pun dengan anggota keluarganya. Pemeliharaan kapal dilakukan 10 hari sekali dengan jumlah pembiayaan Rp.500.000. Beberapa peralatan yang mungkin diperbaiki adalah kapal, gelagaran dan para-para.
- d) Pengemasan ikan teri asin hasil produksi dilakukan dengan metode tradisional yakni dengan menggunakan kardus bekas, koran bekas dan lakban bening yang dilakukan oleh 3-7 tenaga kerja yang juga bekerja pada bidang penjemuran.

Berdasarkan informasi yang diperoleh peneliti melalui wawancara dan observasi terhadap 5 UKM Ikan Teri Asin di Pulau Pasaran, maka pada umumnya diperoleh data-data sebagai berikut :

- 1) Administrasi umum yang dilakukan oleh seluruh UKM dalam tahap operasional yang meliputi proses produksi hingga perawatan peralatan produksi masih dilakukan secara mandiri oleh para pelaku UKM mulai dari pencatatan, perolehan dana, hingga pengawasan setiap proses produksi.
- 2) Manajemen tenaga kerja manusia pada tahap proses produksi, pengadaan fasilitas-fasilitas hingga perawatan peralatan produksi ditentukan secara umum yakni dengan menentukan jumlah pekerja sebanyak 1-2 orang untuk tahap perebusan, sedangkan untuk tahap penjemuran, Bapak Hendrik menentukan jumlah tenaga kerja sebanyak 7 orang. Hal ini berbeda dengan beberapa UKM lainnya yang hanya menyediakan 2 orang penjemur saja. Tenaga kerja penjemur ini nantinya juga bertugas sebagai pengepak ikan teri asin yang sudah siap didistribusikan.

Sedangkan dalam tahap penyortiran, Bapak Dasuki dan Bapak H.Rasyidin menentukan pekerja sejumlah 20 pekerja. Sedangkan untuk Bapak H.Warna dan Bapak Toto adalah sejumlah 15 orang dan Bapak Hendrik yakni 40 orang. Manajemen tenaga kerja yang mereka sepakati bersama ialah dengan mengadakan pengalihan tenaga kerja ketika memang disalah satu UKM memiliki tingkat produktifitas yang tinggi dibanding yang lain. Sistem penggajian yang dilakukan masih sama seperti yang lain yakni dibayarkan dengan sistem harian dengan jumlah nominal yang disesuaikan oleh pemilik UKM.

- 3) Riset, Teknologi dan Pengembangan dalam tahap ini, Pak Toto selaku ketua seluruh kelompok UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran beberapa kali menjadi perwakilan yang berangkat guna melihat beberapa industri olahan sejenis untuk melihat proses produksi dan sebagainya. Namun riset atau kunjungan yang dilakukan tidak memiliki pengaruh pada proses produksi yang dilakukan selama ini.

Hal tersebut disebabkan karena para UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran merasa proses-proses yang telah dijalankan selama ini telah mampu menghasilkan produk dengan kualitas terbaik dibanding produk sejenis . Adapun perkembangan proses produksi yang dilakukan adalah dengan mengubah proses perebusan yang dahulu dilakukan di darat namun kini dilakukan dilaut diatas kapal.

- 4) Pembelian bahan fasilitas proses produksii hingga bahan perawatan peralatan proses produksi dilakukan oleh pemilik UKM secara mandiri dan dibeli di dalam wilayah Lampung.

3) Logistik keluar

- a) Barang-barang hasil produksi tidak mengalami masa penyimpanan yang cukup lama. Paling lama yakni sehari. Penyimpana dikarenakan para pemilik UKM sedang melakukan penyocokkann harga dari beberapa penjual besar. penyimpanan tidak dilakukan juga dikarenakan tidak ada ruang penyimpanan yang memadai yang sesuai standar penyimpanan ikan teri asin. Hal tersebut menjadi faktor yang menyebabkan para pemilik UKM tidak memiliki pilihan lain selain langsung mendistribusikan hasil produksi ke para penjual besar.
- b) Pengolahan order dilakukan secara mandiri oleh para pemilik usaha saja tanpa ada tambahan para pekerja. Mula-mula dilakukan permiintaan oleh pihak

penjual besar, kemudian barang dikirim dengan adanya penawaran harga yang ditetapkan oleh para UKM. Namun pada akhirnya, harga yang akan disetujui adalah harga yang ditetapkan oleh pihak penjual besar di Jakarta dan sekitarnya yang saaelalu dibawah dari harga yang ditawarkan. Para pemilik UKM tidak memiliki pilihan lain, yang mereka lakukan adalah untuk seksdar mencari keuntungan walau sedikit.

- c) Pengangkutan barang hasil produksi dilakukan dengan menggunakan transportasi darat dan laut. Darat dilakukan dengan menggunakan mobil angkutan L300 dan laut dengan menggunakan transportasi perahu dengan sistem ekspedisi yang dibentuk oleh warga setempat dengan para pelaku usaha. Dimana dikenakan tarif sebesar Rp.50/kg barang yang dikirimkan dengan menggunakan transportasi laut.

Dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap 5 UKM tersebut, didapatkan beberapa informasi terkait rantai nilai pada tahap proses produksi, penyediaan fasilitas-fasilitas produksi hingga perawatan peralatan produksi ikan teri asin adalah sebagai berikut :

- 1) Proses administrasi umum yang meliuti tahap pencatatan, sumber dana serta pengawasan yang dilakukan masih menggunakan metode yang sederhana dan dilakukan secara mandiri oleh pemilik UKM. Metode ini dipertahankan karna dirasa sangat memudahkan.
- 2) Manajemen tenaga kerja pada tahap ini hanya diperlukan pada tahap pendistribusian hasil produksi. Sistem pengangkutan baik alut maupun darat dilakukan secara kolektif.
- 3) Riset, Teknologi dan Perkembangan pada tahap ini tidak pernah dilakukan oleh seluruh UKM yang ada di Pulau Pasaran.

4) Pembelian bahan pemeliharaan barang produksi berasal dari dalam wilayah Lampung dengan pembiayaan pribadi. Tidak ada kendala yang dihadapi oleh para UKM tersebut.

4) Pemasaran dan penjualan

- a) Tidak terdapat kegiatan promosi yang dilakukan oleh para UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran karena semua hasil produksi telah memiliki para pembeli yang pasti.
- b) Tidak ada riset pasar yang dilakukan oleh para pelaku usaha UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran. Seluruh proses pemasaran dan penjualan tidak banyak memiliki perubahan ataupun perkembangan. Tidak ada riset yang mereka lakukan sehingga tidak ada yang mampu mempengaruhi untuk memberikan perubahan terhadap proses pemasaran dan penjualan.

Dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap 5 UKM tersebut, didapatkan beberapa informasi terkait rantai nilai pada tahap promosi ataupun riset pemasaran adalah sebagai berikut :

- 1) Tidak terdapat kegiatan promosi yang dilakukan oleh para pemilik UKM, hal ini disebabkan karena dari masing-masing UKM memasarkan pada para pedagang besar yang memang telah menjadi pembeli tetap dari ikan teri yang dihasilkan. Adapun beberapa kota yang menjadi tujuan tetap adalah Cirebon, Karawang, dan Jakarta untuk beberapa UKM misalnya Bapak Toto dan Bapak H.Warna. Kemudian untuk Bapak Dasuki, Bapak Hendrik dan Bapak H.Rasyidin memasarkan ke beberapa wilayah lainnya yakni Jambi, Padang, Cirebon, Karawang, Jakarta dan Bandung. Hal yang berkenaan dengan administratif pada tahap ini dilakukan secara mandiri oleh pemilik UKM.

- 2) Pada tahap ini tidak ada manajemen sumber daya manusia dikarenakan semua prosesnya hanya dilakukan oleh pemilik UKM sendiri.
 - 3) Riset, Teknologi dan Perkembangan pada tahap ini juga tidak dilakukan karena aktifitasnya pun tidak ada UKM yang melaksanakannya.
 - 4) Tidak terdapat kegiatan pembelian pada tahap ini oleh seluruh UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran.
- 5) Pelayan purnajual
- a) Pelayanan purnajual yang dilakukan oleh para pelaku usaha UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran yakni dengan menerima komplain dan permintaan dari para penjual besar yang berperan sebagai pembeli tetap produk mereka.

Dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap 5 UKM tersebut, didapatkan beberapa informasi terkait rantai nilai pada tahap perolehan, penyimpanan dan pendistribusian bahan baku adalah sebagai berikut :

- 1) Administrasi umum yang diterapkan dalam tahap ini hanya bersifat terpusat. Artinya, komplain yang datang dari para pembeli akan sampai terlebih dahulu kepada pemilik UKM tersebut via telfon genggam baru kemudian pihak pemilik UKM akan melakukan himbauan-himbauan kepada para pekerjanya mengenai keluhan-keluhan yang diajukan.
- 2) Tidak terdapat manajemen sumber daya manusia dikarenakan pada tahap ini seluruh UKM menggunakan sistem yang sama yakni terpusat.
- 3) Belum pernah dilakukan kegiatan riset untuk perkembangan tahap pelayanan purna jual yang diterapkan pada UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran.
- 4) Tidak ada kegiatan pembelian faktor apapun dalam tahap ini. Adapun pulsa yang digunakan oleh pemilik UKM sudah menjadi perhitungan pengeluaran pribadi.

C. Rantai Nilai UKM Ikan Asin Pulau Pasaran, Teluk Betung Timur, Bandar Lampung Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam.

Dari data yang diperoleh oleh peneliti melalui daftar pertanyaan yang diajukan pada partisipan serta observasi langsung yang telah dilakukan, maka diperoleh data sebagai berikut :

A. Logistik kedalam

a. Kesatuan

- 1) Apakah dalam kegiatan penerimaan, penyimpanan maupun pendistribusian bahan baku pembuatan ikan teri asin sudah dilaksanakan sesuai etika perbuatan yang sesuai syariat islam ?
 - a) Ya (✓)
 - b) Tidak
- 2) Apakah dalam kegiatan penerimaan, penyimpanan hingga pendistribusi bahan baku tidak terdapat kegiatan diskriminasi antar subunit-subunit yang berkontribusi dalam kegiatan logistik kedalam ?
 - a) Ya (✓)
 - b) Tidak
- 3) Apakah dalam kegiatan penerimaan, penyimpanan hingga pendistribusian bahan baku terdapat kegiatan penimbunan bahan baku dan pendapatan yang diperoleh oleh pengusaha UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran ?
 - a) Ya
 - b) Tidak (✓)

b. Kebenaran

- 1) Apakah dalam kegiatan penerimaan, penyimpanan dan pendistribusian bahan baku sudah dilaksanakan berdasarkan pertimbangan unsur kebajikan ?

a) Ya (✓)

b) Tidak

- 2) Apakah dalam kegiatan penerimaan, penyimpanan dan pendistribusian bahan baku terdapat aktifitas yang mengandung kebohongan ?

Ya

b) Tidak (✓)

c. Keadilan

- 1) Apakah dalam kegiatan penerimaan, penyimpanan dan pendistribusian bahan baku sudah dilaksanakan dengan mempertimbangkan nilai duniawi serta ukhrawi ?

Ya (✓)

b) Tidak

d. Kehendak bebas

- 1) Apakah dalam kegiatan penerimaan, penyimpanan dan pendistribusian bahan baku terdapat kegiatan yang dilaksanakan dibawah tekanan oleh pihak-pihak tertentu ?

Ya

b) Tidak (✓)

e. Tanggung jawab

- 1) Apakah seluruh subunit yang berhubungan dengan pelaksanaan kegiatan penerimaan, penyimpanan dan pendistribusian bahan baku sudah dilaksanakan berdasarkan kesadaran tanggung jawab kepada Allah SWT ?

a) Ya (✓)

b) Tidak

1. Operasional

a. Kesatuan

1) Apakah dalam kegiatan operasional pembuatan ikan teri asin sudah dilaksanakan sesuai dengan etika perbuatan yang sesuai dengan syariat islam ?

a) Ya (✓)

b) Tidak

2) Apakah dalam kegiatan operasional pembuatan ikan teri asin terdapat aktifitas yang bersifat diskriminatif terhadap seluruh subunit yang terlibat ?

a) Ya

b) Tidak (✓)

3) Apakah dalam kegiatan operasional pembuatan ikan teri asin terdapat kegiatan penimbunan unsur-unsur produksi dan pendapatan ?

Ya

b) Tidak (✓)

b. Kebenaran

1) Apakah dalam kegiatan operasional pembuatan ikan teri asin tidak terdapat aktifitas yang mengandung unsur kedzaliman ?

a) Ya (✓)

b) Tidak

2) Apakah kegiatan operasional pembuatan ikan teri asin sudah dilaksanakan sesuai dengan nilai kejujuran ?

a. Ya (✓)

b) Tidak

c. Keadilan

1) Apakah dalam kegiatan operasional pembuatan ikan teri asin sudah mempertimbangkan dengan menyeimbangkan antara nilai-nilai duniawi serta ukhrawinya ?

Ya (✓)

b) Tidak

d. Kehendak bebas

- 1) Apakah seluruh subunit yang terlibat dalam operasional pembuatan ikan teri asin sudah dilaksanakan sesuai dengan kaidah islam tanpa tekanan pihak-pihak tertentu ?

Ya (✓)

b) Tidak

e. Tanggung jawab

- 1) Apakah seluruh subunit yang terlibat sudah melaksanakan aktifitas operasional pembuatan ikan teri asin berdasarkan pertimbangan pertanggung jawaban kepada Allah SWT.?

a) Ya (✓)

b) Tidak

Penjelasan: Dalam operasional, tidak terdapat kegiatan menyimpang yang dilakukan selama faktor alam tengah mendukung sehingga ikan mampu kering seperti semestinya.

2. Logistik keluar

a. Kesatuan

- 1) Apakah pengelolaan logistik keluar sudah dilaksanakan berdasarkan etika perilaku sesuai syariat islam ?

a) Ya

b) Tidak (✓)

- 2) Apakah dalam kegiatan pengelolaan logistik keluar terdapat kegiatan diskriminatif antar subunit-subunit yang terlibat ?

a) Ya

b) Tidak (✓)

- 3) Apakah dalam kegiatan pengelolaan logistik keluar juga terdapat kegiatan peimbunan baik barang jadi maupun penyelewengan dana operasional ?

Ya

b) Tidak (✓)

b. Kebenaran

1) Apakah kegiatan pengelolaan logistik keluar yang dilakukan oleh seluruh subunit yang terlibat sudah dilaksanakan berdasarkan nilai kebajikan ?

- [illegible]

2) Apakah terdapat unsur kebohongan dalam kegiatan pengelolaan logistik keluar yang dilakukan oleh seluruh subunit yang terlibat ?

- [illegible]

c. Keadilan

1) Apakah seluruh subunit yang terlibat dalam kegiatan pengelolaan logistik keluar sudah melaksanakan kegiatan berdasarkan pertimbangan keseimbangan unsur duniawi serta ukhrawi nya ?

- a) Ya b) Tidak (\checkmark)

d. **Kehendak bebas**

1) Apakah seluruh subunit yang terlibat dalam kegiatan pengelolaan logistik keluar melaksanakan kegiatan sesuai kaidah islam tanpa tekanan dari pihak tertentu ?

- a) Ya (✓) b) Tidak

e. Tanggung jawab

1) Apakah seluruh subunit yang terlibat dalam kegiatan pengelolaan logistik keluar melaksanakan kegiatan dengan memperhatikan pertanggungjawaban kepada Allah SWT ?

- a) Ya b) Tidak(✓)

3. Pemasaran dan penjualan

a. Kesatuan

1) Apakah aktifitas pemasaran dan penjualan yang dilaksanakan oleh seluruh subunit yang terlibat sudah dilakukan sesuai dengan etika perilaku yang sesuai dengan syariat islam ?

a) Ya (✓)

b) Tidak

2) Apakah terdapat kegiatan diskriminasi antar subunit-subunit yang terlibat dalam aktifitas pemasaran dan penjualan ikan teri asin Pulau Pasaran ?

a) Ya

b) Tidak (✓)

3) Apakah dalam aktifitas pemasaran dan penjualan terdapat kegiatan yang berkaitan dengan penimbunan ?

a) Ya

b) Tidak (✓)

b. Kebenaran

1) Apakah seluruh aktifitas yang terlibat dalam pemasaran dan penjualan sudah dilaksanakan berdasarkan unsur kebajikan ?

a) Ya (✓)

b) Tidak

2) Apakah dalam seluruh aktifitas pemasaran dan penjualan mengandung telah berdasarkan nilai kejujuran ?

a) Ya (✓)

b) Tidak

c. Keadilan

1) Apakah seluruh kegiatan yang berkaitan dengan kegiatan pemasaran dan penjualan produk ikan teri asin dilaksanakan dengan mempertimbangkan keseimbangan unsur duniawi serta ukrawinya ?

a) Ya (✓)

b) Tidak

d. Kehendak bebas

- 1) Apakah seluruh subunit yang terlibat dalam pemasaran dan penjualan melaksanakan aktifitasnya sesuai kaidah islam karna tekanan dari pihak-pihak tertentu ?

a) Ya (✓)

b) Tidak

e. Tanggung jawab

- 1) Apakah dalam melaksanakan seluruh kegiatan yang berkaitan dengan pemasaran dan penjualan ikan teri asin, seluruh sub unit melakukan dengan pertimbangan pertanggung jawaban dihadapan Allah SWT ?

a) Ya (✓)

b) Tidak

4. Pelayanan

a. Kesatuan

- 1) Apakah dalam aktifitas pelayanan yang telah dilaksanakan sudah sesuai dengan eitka perilaku yang sesuai dengan syariat islam ?

a) Ya (✓)

b) Tidak

- 2) Apakah dalam aktifitas pelayanan terdapat unsur diskriminatif yang dilakukan antar sub unit yang terlibat ?

a) Ya

b) Tidak (✓)

- 3) Apakah dalam aktifitas pelayanan terdapat kegiatan yang mengandung unsur penimbunan ?

a) Ya

b) Tidak (✓)

b. Kebenaran

- 1) Apakah dalam kegiatan pelayanan yang dilakukan terdapat unaur-unsur kejahatan ?

a) Ya

b) Tidak (✓)

2) Apakah kegiatan pelayanan sudah dilaksanakan berdasarkan nilai kejujuran ?

a) Ya (✓)

b) Tidak

c. Keadilan

1) Apakah seluruh sub unit yang melaksanakan aktifitas pelayanan selalu mempertimbangan untuk menyeimbangkan unsur-unsur duniawi dan ukhrawinya ?

a) Ya (✓)

b) Tidak

d. Kehendak bebas

1) Apakah seluruh sub unit yang terlibat, melaksanakan kegiatannya sesuai kaidah islam tanpa penekanan dari pihak tertentu ?

a) Ya (✓)

b) Tidak

e. Tanggung jawab

1) Apakah seluruh sub unit yang terlibat, selalu melaksanakan kegiatannya dengan memperhatikan unsur pertanggung jawaban dihadapan Allah SWT ?

a) Ya (✓)

b)

Tidak

1. Logistik kedalam

Kegiatan penerimaan dan pendistribusian bahan baku dilakukan dengan mekanisme menjemput bola, bahan baku langsung diperoleh dan didistribusikan tanpa perantara pada sumbernya sehingga hal ini mengindikasikan bahwasanya bahan baku masih segar karena belum mengalami penyusutan kualitas atau bisa dikatakan bahan baku yang diperoleh oleh produsen masih dengan kualitas baik. Hal ini tentu saja sejalan dengan prinsip etika bisnis islam dalam konteks kebenaran atau kejujuran. Produsen senantiasa mempertahankan teknik ini untuk terus mempertahankan kualitas produk. Sebagaimana dasar dari prinsip syariah mengenai kebajikan dan kejujuran yang senantiasa diperintahkan dalam QS.Al- Maidah ayat 8 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلّٰهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ۚ اَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿٨﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu Jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk Berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

Dalam tahap penerimaan hingga pendistribusian bahan baku juga tidak terdapat kegiatan diskriminasi antar sub unit yang berkontribusi karena dari setiap proses penerimaan hingga pendistribusian bahan baku dilaksanakan secara transparan sehingga telah terjalin hubungan kepercayaan antar sub unit bahkan terdapat hubungan kepedulian antar satu sama lain.

Pemilik UKM seringkali menolong para pekerjanya untuk meminjamkan uang guna memenuhi kebutuhan hidup mereka saat kondisi alam kurang mendukung sehingga operasional produksi terhambat. Hal ini sebagai bukti penerapan prinsip etika bisnis islam dalam konteks Ketuhanan dimana dalam pengaplikasiannya, pelaku usaha tidak diperbolehkan menimbun kekayaan dengan keserakahan, karena dia sadar harta didunia bersifat sementara, dan tidak mencari kekayaan dengan menghalalkan cara apapun. Seperti firman Allah dalam QS Al-Hasyr ayat 7 :

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَىٰ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ ۚ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٧﴾

Artinya : “Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada RasulNya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota Maka adalah untuk Allah, untuk rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang Kaya saja di antara kamu. apa yang diberikan Rasul kepadamu, Maka terimalah. dan apa yang dilarangnya bagimu, Maka tinggalkanlah. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Amat keras hukumannya.”

Proses penerimaan hingga pendistribusian bahan baku dilaksanakan atas dasar suka sama suka baik antar produsen dan penyedia bahan baku ataupun antar produsen dan para pekerja yang bertugas pada bidangnya. Hal ini sejalan dengan prinsip etika bisnis islam yakni prinsip kehendak bebas yang dalam pelaksanaannya pelaku usaha melakukan kesepakatan tanpa adanya tekanan dari pihak manapun.

Sesuai dengan definisi kebebasan itu sendiri yang berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektif punya kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. dalam ekonomi, manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah islam. karena masalah ekonomi, termasuk kepada aspek mu'amalah, bukan ibadah maka berlaku padanya kaidah umum, semua boleh kecuali yang dilarang.¹⁴²

2. Operasional

Kegiatan operasional pembuatan ikan teri asin sudah dilaksanakan sesuai dengan mempertimbangkan penerapan prinsip etika bisnis islam karena dalam proses nya, produsen memutuskan

¹⁴²Khoiruddin.h.60

untuk mempertahankan kualitas produk yang unggul dibanding dengan produk sejenis dengan menggunakan cara yang alami. Produsen menggunakan pengawet alami yakni dengan menggunakan garam.

Dengan pengawet alami ini produk yang dihasilkan mampu bertahan dengan kualitas tetap hingga 3 bulan lamanya. Hal ini dilakukan produsen atas dasar keselamatan konsumen. Hal tersebut sesuai dengan etikan bisnis islami dalam prinsip keadilan. Ajaran islam berorientasi pada terciptanya karakter manusia yang memiliki sikap dan perilaku yang seimbang dan adil dalam konteks hubungan antara manusia dengandiri sendiri, dengan orang lain dan lingkungan. Keadilan atau keseimbangan berarti bahwa perilaku bisnis harus adil atau seimbang.¹⁴³

Keseimbangan berarti tidak berlebihan dalam mengejar keuntungan ekonomi. Seperti telah dijelaskan dalam Firman Allah dalam QS. Al Isra ayat 35 :

وَأَوْفُوا بِالْكَيْلِ إِذَا كَلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ

وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

¹⁴³ Khoiruddin.h.55-57

Artinya : “Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”.

3. Logistik keluar

Logistik keluar meliputi proses produk hasil operasional hingga pendistribusiannya. Dalam pelaksanaannya, terdapat aktifitas yang menyimpang dari prinsip kebajikan atau kejujuran dan ketuhanan. Hal ini terjadi disebabkan oleh kurangnya teknologi penjemuran yang berbasis teknologi modern.

Saat hasil tangkapan nelayan melimpah dan produsen membeli seluruh hasil tangkapan mereka, namun kondisi alam tidak mendukung dalam proses penjemuran, maka yang terjadi adalah terdapat kendala dalam proses pengeringan ikan teri asin. Hal tersebut berdampak pada berkurangnya kualitas produk. Para produsen terpaksa menggunakan media angin dalam mempertahankan produk ikan teri yang belum kering agar tidak sampai bau karena terkendala cuaca dan jumlah penjemuran yang terbatas.

Proses ini mengakibatkan ikan teri tersebut berwarna kekuningan dan kualitas nya pun sedikit menurun. Dalam pendistribusiannya, produsen mencampurkan ikan teri asin kualitas sempurna dengan ikan teri asin kualitas kurang namun dengan tingkat harga ikan teri asin dengan kualitas terbaik. Dari semua penjabaran tersebut mengindikasikan bahwasanya terdapat

penyimpangan prinsip etika bisnis islam dalam hal kebenaran (kebijakan dan kejujuran) yang sebagaimana telah dijelaskan dalam QS.Al- Maidah ayat 8 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلّٰهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا

يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ۖ أَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ

وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ۝

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu Jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk Berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”.

4. Pemasaran dan penjualan

Proses pemasaran dan penjualan dilakukan secara mandiri oleh produsen atau pemilik UKM. Produk yang dihasilkan oleh UKM di Pulau Pasaran tidak melalui proses promosi atau apapun dikarenakan hasil produk sudah memiliki pembeli tetap dalam jumlah besar dan sudah menjadi pelanggan tetap. Produk ikan teri asin ini dipasarkan didalam maupun diluar wilayah Lampung antara lain, jambi, cirebon, jakarta, jawa barat, padang, bandung, karawang dsb. Dalam proses pemasaran tidak terdapat kegiatan menyimpang yang melanggar prinsip-prinsip etika bisnis islam.

5. Pelayanan purnajual

Proses ini dilaksanakan oleh produsen atau pemilik UKM secara mandiri tanpa keterlibatan pihak pekerja lain. hal ini senada dengan proses pemasaran yang dilaksanakan oleh produsen secara mandiri pula. Produsen jarang menerima keluhan dari konsumen namun ketika terdapat kekurangan pun produsen menerima dan menindak lanjuti dengan melakukan perbaikan-perbaikan terhadap keluhan yang diberikan.



BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian mengenai implementasi nilai-nilai syariah pada aktifitas rantai nilai pada produk olahan ikan teri asin di Pulau Pasaran Bandar Lampung maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Siklus produksi pada pengolahan produk ikan teri asin pada UKM Pulau Pasaran Bandar Lampung dilakukan dengan menggunakan metode sederhana atau tradisional dimana mereka menggunakan garam sebagai bahan pengawet dan menjemur dengan menggunakan cahaya matahari guna menciptakan produk dengan kualitas unggul dibanding produk sejenis lainnya.

Proses pengawetan tersebut mempengaruhi daya tahan produk ikan teri asin yang dihasilkan dimana ikan teri tersebut mampu bertahan selama 3 bulan lamanya. Proses memperoleh ikan teri langsung ke nelayan yang berada di tengah laut dan kemudian proses perebusan pun dilakukan diatas kapal selama perjalanan kembali ke lokasi pengolahan.

Kapal berangkat sore hari dan kembali pada pagi hari. Proses pengolahan langsung ini juga mempengaruhi kualitas produk ikan teri asin yang dihasilkan. Selain itu, proses perebusan yang dilakukan diatas kapal menjadikan Pulau Pasaran Bandar

Lampung yang merupakan lokasi UKM pengolahan ikan teri asin tampak tetap bersih dan tidak menimbulkan bau menyengat seperti lokasi olahan-olahan ikan teri asin sejenis. Ikan teri asin kering yang dihasilkan merupakan 50% dari jumlah ikan teri basah yang dibeli. Pemasaran hasil produksi didistribusikan ke beberapa kota seperti Jakarta, Cirebon, Karawang, Bandung, Jambi, Medan dan Padang yang pendistribusian barang hasil produksi dilakukan dengan transportasi laut maupun darat. Tingkat persentase jumlah barang yang di pasarkan didalam wilayah Lampung adalah sebesar 20% dan 80% untuk tingkat persentase pemasaran Ikan Teri Asin diluar wilayah Lampung. Dengan tingkat produktifitas yang besar dan dengan reputasi UKM Pulau Pasaran yang telah menjadi satu-satunya industri olahan ikan teri asin terbesar di Kota Lampung namun mereka teteap mempertahankan metode pengolahan yang sangat tradisional, nyatanya belum mampu menjadikan ikan teri asin ini mencapai tingkat pemasaran yang lebih mudah dan tingkat harga yang tinggi. Besarnya pengaruh monopoli pasar yang telah dikuasai oleh industri olahan di Pulau Jawa menjadi momok yang selalu menghantui para pemilik UKM dalam hal memasarkan hasil produksi mereka. Belum adanya permintaan masyarakat lokal dengan skala besar, mengakibatkan para pemilik ikan teri asin memilih untuk memasarkan hasil produksinya ke Jakarta dan sekitarnya serta Pulau lainnya dan kembalibersaing.

2. Rantai nilai yang diterapkan pada UKM Ikan Teri Asin di Pulau Pasaran juga masih menggunakan metode tradisional mulai pada logistik kedalam, proses operasional, logistik keluar, pemasaran dan penjualan serta pelayanan purna jual yang juga didukung oleh beberapa aktifitas pendukung yakni administrasi umum, manajemen sumber daya manusia, riset teknologi dan pengembangan serta kegiatan pembelian.

Aktifitas logistik kedalam yang diterapkan adalah dengan menggunakan metode menjemput bola yang kemudian kegiatan operasional atau produksi dengan menggunakan metode penggaraman basah dan penjemuran secara alami dengan memanfaatkan cahaya matahari. Hasil produksi dipasarkan di dalam maupun luar wilayah kota Lampung. Presentase penjualan yakni 20% di dalam wilayah Lampung dan 80% pada Luar wilayah Lampung.

Metode pengangkutan hasil produksi dengan menggunakan transportasi laut maupun darat. Hasil produksi rata-rata yang dihasilkan oleh tiap UKM Ikan Teri Pulau Pasaran Bandar Lampung adalah 500kg – 3 ton ikan teri asin dalam satu kali produksi. Para pemilik UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran Bandar Lampung tidak melakukan riset ataupun kegiatan promosi dalam memasarkan hasil produksinya.

Hal ini dikarenakan mereka memiliki pembeli tetap yakni para penjual besar yang akan memasarkannya kembali ke pedagang eceran hingga sampai pada konsumen akhir. Pelayanan

purnajual yang dilakukan adalah dengan menerima komplain yang disampaikan oleh para penjual tersebut mengenai kualitas ataupun faktor lainnya.

Seluruh kegiatan utama dalam rantai nilai pada UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran didukung oleh sistem administrasi umum diantaranya, menggunakan sistem manajemen secara efektif dan efisien, pelaksanaan prosedur bersifat instruktif, perolehan dana bersifat individual serta sistem pencatatan kegiatan operasional produksi bersifat manual dan tradisional.

Kemudian pada manajemen sumber daya manusia diantaranya, manajemen perencanaan penempatan jumlah tenaga kerja dilakukan oleh pemilik UKM, proses perekrutan pekerja bersifat fleksibel, dasar penempatan para pekerja berdasarkan kriteria dalam bidang tertentu, tidak ada serangkaian pelatihan yang diberikan kepada para pekerja, pemilik UKM melakukan control atau pemantauan secara langsung dalam rangka meningkatkan pengembangan kinerja, meneliti secara berkala sebagai bentuk dari pengawasan terhadap kinerja para pekerja, pembagian gaji atau kompensasi dilakukan dengan sistem harian.

Setelah itu terdapat aktifitas pendukung dalam riset teknologi dan pengembangan diantaranya melakukan kunjungan kepada UKM sejenis dalam rangka studi banding terkait proses operasional pengolahan ikan teri asin meskipun tidak serta merta merubah sistem operasional, menggunakan peralatan tradisional dalam

seluruh proses operasional, melakukan pengembangan teknik perebusan ikan teri menjadi lebih menjaga lingkungan namun tetap tradisional.

Aktifitas pendukung lainnya dalam pembelian diantaranya, melakukan pembelian bahan baku ikan teri dengan sistem jemput bola (langsung ke pemasok bahan baku dalam jumlah banyak) sehingga dapat meningkatkan efisiensi biaya, memperoleh bahan baku ikan teri asin langsung ke nelayan ditengah laut, garam dan bahan lainnya langsung ke pemasok baik dalam atau luar wilayah Lampung. Intensitas perolehan bahan baku masih bergantung pada kondisi alam sehingga juga terkadang menjadi kendala bagi operasional produksi ikan teri asin.

3. Aktifitas rantai nilai di UKM Pulau Pasaran telah diaplikasikan sesuai dengan etika bisnis islam namun juga ada penyimpangan. Kegiatan penerimaan dan pendistribusian bahan baku dilakukan dengan mekanisme menjemput bola, bahan baku langsung diperoleh dan didistribusikan tanpa perantara pada sumbernya sehingga hal ini mengindikasikan bahwasanya bahan baku masih segar karena belum mengalami penyusutan kualitas atau bisa dikatakan bahan baku yang diperoleh oleh produsen masih dengan kualitas baik. Hal ini tentu saja sejalan dengan prinsip etika bisnis islam dalam konteks kebenaran atau kejujuran.

Pemilik UKM seringkali menolong para pekerjanya untuk meminjamkan uang guna memenuhi kebutuhan hidup mereka saat kondisi alam kurang mendukung sehingga operasional produksi terhambat. Hal ini sebagai bukti penerapan prinsip etika bisnis islam dalam konteks Ketuhanan dimana dalam pengaplikasiannya, pelaku usaha tidak diperbolehkan menimbun kekayaan dengan keserakahan, karena dia sadar harta didunia bersifat sementara, dan tidak mencari kekayaan dengan menghalalkan cara apapun.

Proses penerimaan hingga pendistribusian bahan baku dilaksanakan atas dasar suka sama suka baik antar produsen dan penyedia bahan baku ataupun antar produsen dan para pekerja yang bertugas pada bidangnya. Hal ini sejalan dengan prinsip etika bisnis islam yakni prinsip kehendak bebas yang dalam pelaksanaannya pelaku usaha melakukan kesepakatan tanpa adanya tekanan dari pihak manapun.

Produsen menggunakan pengawet alami yakni dengan menggunakan garam. Dengan pengawet alami ini produk yang dihasilkan mampu bertahan dengan kualitas tetap hingga 3 bulan lamanya. Hal ini dilakukan produsen atas dasar keselamatan konsumen sesuai dengan etika bisnis islami dalam prinsip keadilan.

Ajaran islam berorientasi pada terciptanya karakter manusia yang memiliki sikap dan perilaku yang seimbang dan adil dalam konteks hubungan antara manusia dengan diri sendiri, dengan orang lain dan

lingkungan. Keseimbangan berarti tidak berlebihan dalam mengejar keuntungan ekonomi.

Saat hasil tangkapan nelayan melimpah dan produsen membeli seluruh hasil tangkapan mereka, namun kondisi alam tidak mendukung dalam proses penjemuran, maka yang terjadi adalah terdapat kendala dalam proses pengeringan ikan teri asin. Hal tersebut berdampak pada berkurangnya kualitas produk.

Para produsen terpaksa menggunakan media angin dalam mempertahankan produk ikan teri yang belum kering agar tidak sampai bau karena terkendala cuaca dan jumlah penjemuran yang terbatas. Proses ini mengakibatkan ikan teri tersebut berwarna kekuningan dan kualitasnya pun sedikit menurun.

Dalam pendistribusiannya, produsen mencampurkan ikan teri asin kualitas sempurna dengan ikan teri asin kualitas kurang namun dengan tingkat harga ikan teri asin kualitas terbaik. Hal ini terjadi dikarenakan faktor pendukung seperti infrastruktur mesin modern operasional yang belum mendukung atau memadai. Produk ikan teri asin ini dipasarkan didalam maupun diluar wilayah Lampung antara lain, Jambi, Cirebon, Jakarta, Jawa Barat, Padang, Bandung, Karawang dsb.

Produsen jarang menerima keluhan dari konsumen namun ketika terdapat kekurangan pun produsen menerima dan menindak lanjuti

dengan melakukan perbaikan-perbaikan terhadap keluhan yang diberikan.

B. SARAN

Adapun saran yang dikemukakan oleh peneliti sebagai bahan masukan untuk lebih meningkatkan mutu dan manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dalam rangka memperbaiki sistem pemasaran, sudah seharusnya para pemilik UKM untuk memiliki beberapa kota tujuan lainnya dalam percobaan perluasan pemasaran guna meningkatkan perbaikan tingkat harga produk ikan teri asin dipasaran yang selama ini tak kunjung menemui solusi.
2. Begitu banyak peluang yang dapat dikembangkan oleh para pemilik UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran Bandar Lampung untuk bisa menjalin hubungan kerjasama baik dengan memanfaatkan bantuan dari instansi pemerintahan ataupun dengan instansi swasta melalui perjanjian yang saling menguntungkan dalam rangka penyediaan teknologi modern yang membantu proses operasional produksi ikan teri asin ketika kondisi alam sedang tidak mendukung. Selain itu, melihat skala usaha UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran ini yang tergolong pada skala yang cukup besar, maka diperlukan adanya pencatatan atau pembukuan yang juga bersifat modern atau berbasis komputerisasi agar semua

pengeluaran dan pemasukan dapat diketahui secara rinci dan tepat. Adapun keterbatasan kemampuan yang dihadapi oleh para pemilik UKM Ikan Aain Pulau Pasaran Bandar Lampung mengenai penggunaan komputer serta metode pembukuan yang baik dan benar, maka solusi yang ditawarkan adalah menjalin kerjasama dengan instansi terkait untuk bisa melakukan kegiatan pelatihan –pelatihan. Namun jika tidak memungkinkan, para pemilik UKM dapat menggunakan tenaga kerja ahli yang dapat membantu dalam hal tersebut.

3. Perlunya pengadaan teknologi mesin yang mendukung dalam tahap pengeringan dan penyimpanan hasil produksi akan meningkatkan proses pengeringan pada saat kondisi alam tidak mendukung sehingga tidak akan lagi terjadi penyimpangan dalam pengemasan yang tidak sesuai dengan etika bisnis islam.

DAFTAR PUSTAKA

Abd. Haris, *Etika Hamka Konstruksi Etik Berbasis Rasional- Religius* (yogyakarta: LKIS, 2010)

Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam (Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha)* (Bandung: Alfabeta, 2013)

Abu Lubaba dan Ari Kristin Prasetyoningrum, 'Etika Bisnis Islam : Implementasi Pada UMKM Kewirausahaan', 22 (2019), 29

ACIAR, *Membuat Rantai Nilai Lebih Berpihak Pada Kaum Miskin: Buku Pegangan Bagi Praktisi Analisis Rantai Nilai*, 2012

Ahmad, Noorsiah, and Sariwati Mohd Shariff, 'Supply Chain Management: Sertu Cleansing for Halal Logistics Integrity', *Procedia Economics and Finance*, 37.16 (2016), 418–25 <[https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30146-0](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30146-0)>

Ahmad Rafiki Dan Kalsom Abdul Wahab, 'Influences Of Islamic Practices On Small Firm Performance', *Islamic Management And Business*, 5.11 (2013), 77

Ameiliati Zuliyanti Siregar dan Nurlianan Harahap, *Strategi Dan Teknik Penulisan Karya Tulis Ilmiah Dan Publikasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2019)

Anas Malik, 'Impact of Exploitation of Natural Resources Towards Community Welfare in the View of Islamic Business Ethics (Case Study of the Galian C Mine in Pasir Sakti District, East Lampung)', 5.2 (2017), 75

Asep Awaludin Prihanto, *Reaksi Kimia Produk Perikanan Tradisional* (malang: UB PRESS, 2017)

B, M. Taufan, *Sosiologi Hukum Islam Kajian Empirik Komunitas Sempalan* (yOGYAKARTA: Deepublish, 2016)

Bahrina Almas, 'Water Trade From An Islamic Business Ethics Perspective', *Education And Humanities Research (Assehr)*, 98 (2017), 300

Blocher, Chen, Cokins, dan Lin, *Cost Management Manajemen Biaya Penekanan Strategis* (salemba empat, 2007)

Bob Foster dan Iwan Shidarta, *Dasar-Dasar Manajemen* (yogyakarta: diandra kreatif, 2019)

buchori alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Dalam Islam* (bandung: alfabeta, 2003)

Crain, David W., and Stan Abraham, 'Using Value-Chain Analysis to Discover Customers' Strategic Needs', *Strategy and Leadership*, 36.4 (2008), 31 <<https://doi.org/10.1108/10878570810888759>>

Dijk, M. v., & Trienekens, J, *Global Value Chain: Linking Local Producers from Developing Countries to International Markets* (Amsterdam: Amsterdam University Press., 2011)

Edward J, Blocher, David E. Stout, Gary Cokins, *Manajemen Biaya : Penekanan Strategis Buku 1* (Jakarta: Salemba Empat, 2013)

Hazwani Ahmad Tarmizi, Int. J Sup, 'Factors Behind Third-Party Logistics Providers Readiness Towards Halal Logistics', 3.2 (2014)

Hery, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Gramedia, 2019)

Hishe, Mebrahtu, Zemedet Asfaw, and Mirutse Giday, 'Review on Value Chain Analysis of Medicinal Plants and the Associated Challenges', 4.3 (2016), 45–55

Howieson, J. , Lawley, M. dan Hastings, K., 'Value Chain Analysis: Iterative and Relational Approach to Food Agribusiness Chains, Supply Chain Management', 21.3 (2016), 360
<<https://doi.org/https://doi.org/10.1108/SCM-06-2015-0220>>

Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2015)

Julia, *Orientasi Estetik Gaya Piringan Kecapi Indung Dalam Kesenian Tembang Sunda Cianjuran Di Jawa Barat* (Jawa Barat: UPI Sumedang Press, 2018)

Keller.K.L, Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (jakarta: Erlangga, 2012)

Khan, Mohd Imran, Abid Haleem, and Shahbaz Khan, 'Defining Halal Supply Chain Management', *Supply Chain Forum*, 19.2 (2018), 122–31 <<https://doi.org/10.1080/16258312.2018.1476776>>

Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Lampung: LP2M Uin Raden Intan Lampung, 2015)

Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran : Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015)

Lubandi, C, S Lwasa, D R Kugonza, B M Babigumira, F Semahoro, and G Nadiope, 'Analysis of the Indigenous Chicken Value Chain in Uganda', 3.June 2017 (2018), 895–912

Manzilati, Asfi, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, Dan Aplikasi* (Malang: UB Press, 2017)

Marco Tieman, Van Der Vorst, & Che Ghazali, 'Principles In Halal Supply Chain Management.', *Journal Of Islamic Marketing*, 3.3 (2012), 217–43

Miftakhul Huda, 'Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam', *Jurnal El-Faqih*, 5.April (2019), 101

Mohd Roslan Mohd Nor, 'Critical Success Factors Of Halal Supply Chain Management From The Perspective Of Malaysian Halal Food Manufacturers', *Arabian Journal Of Business And Management Review*, 4.1 (2016), 19

Mohd Zulkifli Muhammad, 'An Analysis Of Islamic Ethics In Small And Medium Enterprises (Smes)', *Unitar E-Journal*, 4.1 (2008), 55

Mor, Rahul S, Arvind Bhardwaj, and Sarbjit Singh, 'A Structural Literature Review of the Supply Chain Practices in Food Processing Industry', 2018, 588–99

Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2003)

Muhammad dan Alimin, *Etika Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta: BPFE, 2004)

Muhammad Khalilur Rahman, et al, 'Ethical Implications of Sales Promotion in Malaysia: Islamic Perspective', *Journal Of Business Law And Ethics*, 2.1 (2014), 13–27

Mvumi, Brighton, Learnmore Tatenda Matsikira, and Jackqeline Mutambara, 'The Banana Postharvest Value Chain Analysis in Zimbabwe', *British Food Journal*, 118.2 (2016), 272–85 <<https://doi.org/10.1108/BFJ-08-2014-0293>>

Najmaei, Mehran, Shaheen Mansoori, Zukarnain Zakaria, and Markus Raueiser, 'Marketing from Islamic Perspective , Tapping into the Halal Market', 1.5 (2017), 53–62

No, X X I, Ioan Lucian Grigorescu, and Land Forces Academy, 'Value Chain Analysis – Basic Element of an Organization's Competitive Advantage', XXI.2 (2015), 320 <<https://doi.org/10.1515/kbo-2015-0053>>

Nurimansyah, 'Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Industri Pakaian Jadi Di Indonesia', 2011

Nurul Huda, Khamin Khudori, Rizal Fahlevi, Badrusa'diyah, Dea Maz: Dian Sugiarti, *Pemasaran Syariah Teori Dan Aplikasi*, 1st edn (Jakarta: Kencana, 2017)

Omar Dan Jaafar, 'Halal Supply Chain In The Food Industry-A Conceptual Model', 2011

Pearce, J., & Robinson, R., *Strategic Management: Formulation, Implementation, and Control* (New York: McGraw-Hill, 2011)

Ponte, Stefano, Gary Gereffi, Gale Raj-Reichert, Karina Fernandez-Stark, and Gary Gereffi, *Global Value Chain Analysis: A Primer (Second Edition)*, *Handbook on Global Value Chains*, 2019 <<https://doi.org/10.4337/9781788113779.00008>>

Popescu, Maria, and Universitatea Transilvania Brasov, 'Value Chain Analysis in the', 4.2 (2015)

———, 'Value Chain Analysis in the Context of Quality Management', *Buletin Transilvania Universitas Braşov*, 4.53 (2015)

Porter, M, *Creating and Sustaining Superior Performance* (New York: The Free Press, 1985)

Prakash, P., Avinash Kishore, Devesh Roy, Debdutt Behura, and Sheela Immanuel, 'Biofortification for Reducing Hidden Hunger: A Value Chain Analysis of Sweet Potato in Odisha, India', *Agricultural Economics Research Review*, 30.2 (2017), 201
<<https://doi.org/10.5958/0974-0279.2017.00042.8>>

Prathama Rahardja & Mandala Manurung, *Pengantar Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)*, edisi keti (jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2016)

Razalli, Mohd Rizal, 'Managing Halal Certification Supply Chain: Determinants Success Factors Framework for a Hotel Performance', *International Journal of Supply Chain Management*, 7.1 (2018), 149–54

S, Nawatmi, 'Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam', *Jurnal Fokus Ekonomi*, 9.1 (2010), 50–58

Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Salemba Empat, 2011)

Sugiarto, Tedy Herlambang, Brastoro, Rachmat Sudjana, Said Kelana, *Ekonomi Mikro Sebuah Kajian Komprehensif* (2007: PT. Gramedia pustaka utama, 2007)

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (bandung: alfabeta, 2017)

Sungkono dan Ali Akbar Yulianto, *Manajemen Kepemimpinan Dan Kolaborasi Dalam Dunia Yang Kompetitif*, terjemahan (jakarta: salemba empat, 2008)

T.Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro* (yogyakarta, 2004)

Tieman, M., & Che Ghazali, 'Principles In Halal Purchasing. Journal Of Islamic Marketing', *Journal Of Islamic Marketing*, 4.3 (2013), 281–293.

Usman el-Qurtuby, *Al-Qur'an Cordoba Alqur'an Tajwid Dan Terjemah (Al-Qur'an Tafsir Bil Hadis)* (Bandung: Cordoba, 2013)

Wilson, J. A., & Hollensen, S., 'Assessing The Implications On Performance When Aligning Customer Lifetime Value Calculations With Religious Faith Groups And After Lifetime Values– A Socratic Elenchus Approach', *International Journal Of Business Performance Management*, 14.1 (2013), 67–94

V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015)

Yan Orgianus, *Moralitas Islam Dalam Ekonomi Dan Bisnis* (Bandung: Marja, 2012)

Yanivi Bachtiar & Cristine, *Srategic Management-Formulation, Implementation, and Control*, Terjemahan (jakarta: salemba empat, 2008)

Zamora, Elvira A., 'Value Chain Analysis: A Brief Review', *Asian Journal of Innovation and Policy*, 5.2 (2016), 116–28
<<https://doi.org/10.7545/ajip.2016.5.2.116>>







PEMERINTAH KOTA BANDAR LAMPUNG
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jalan Dr. Susilo No. 02 Gedung Semergou Lantai 3 Teluk Betung Utara Telpn 0721- 266 924
 BANDAR LAMPUNG 35215

SURAT IZIN PENELITIAN/SURVEI

Nomor 070/146-IV/05/2019

Mengingat

1. Undang-Undang No. 18 tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang No. 9 tahun 2015, tentang Perubahan Kedua atas Undang – Undang Nomor 23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah;
3. Peraturan Pemerintah No. 41 tahun 2006 tentang Perizinan Melakukan Penelitian dan Pengembangan Bagi Perguruan Tinggi Asing, Lembaga Penelitian dan Pengembangan Asing, Badan Usaha Asing dan Orang Asing;
4. Peraturan Presiden No. 13 tahun 2015 tentang Kementrian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi;
5. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 Perubahan Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 7 Tahun 2014 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia No. 64 tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian;
6. Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung No. 24 Tahun 2008 Tentang Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Bandar Lampung.

Membaca

Surat dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung Nomor: 4068/Un.16/DE/PP.00.9/12/2019 tanggal 16 Desember 2019 Perihal Mohon Izin Penelitian.

DENGAN INI MEMBERIKAN IZIN KEPADA :

NAMA/ NPM
 Pekerjaan
 Alamat
 Lokasi

Lamanya
 Penanggung Jawab

Tujuan
 Judul

IIS RAHAYU /1651010239
 Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung
 Jl. Let. Kol. H. Endro Suralamin Sukarame I Bandar Lampung
 Industri Ikan Asin Pulau Pasaran Teluk Betung Barat Kota Bandar Lampung
 2 (Dua) Bulan
 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
 Mengadakan Penelitian dalam rangka penyusunan skripsi/karya ilmiah
ANALISIS RANTAI NILAI PADA INDUSTRI IKAN ASIN PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI PADA HOME INDUSTRI IKAN ASIN PULAU PASARAN TELUK BETUNG BARAT BANDAR LAMPUNG "

Surat Izin ini berlaku sejak tanggal

19 DESEMBER 2019 S/D 19 FEBRUARI 2020

CATATAN

1. Surat izin ini diterbitkan untuk kepentingan penelitian/survey yang bersangkutan
2. Tidak diperkenankan mengadakan kegiatan lain di luar Izin yang diberikan dan apabila terjadi penyimpangan Izin akan dicabut.
3. Setelah selesai melaksanakan kegiatan berdasarkan Surat Izin ini agar melaporkan hasilnya secara tertulis kepada Walikota Bandar Lampung Cq Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Bandar Lampung



Dikeluarkan di: Bandar Lampung
 Pada tanggal : 19 Desember 2019

An. KEPALA BADAN KESBANG DAN POLITIK
 KOTA BANDAR LAMPUNG
 Sekretaris

M. FIKRI, SH., MM.
 Pembina Tingkat I
 NIP. 19641209 198703 1 002

Tembusan Disampaikan Kepada /th.

1. Bapak Walikota Bandar Lampung (sbg Laporan)
2. Sdr. Pengelola Industri Ikan Asin Pulau Pasaran Teluk Betung Barat Kota Bandar Lampung
3. Sdr. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
4. -----Arsip-----

2. Daftar pertanyaan wawancara

Data hasil wawancara dan observasi mengenai rantai nilai di UKM

Ikan Teri Asin Pulau Pasaran adalah sebagai berikut :

A. Logistik kedalam perusahaan

1. Penerimaan bahan baku

a. Administrasi umum

- 1) Bagaimana sistem manajemen yang diterapkan dalam mencapai tingkat efektivitas dan efisiensi pada perolehan bahan baku pembuatan ikan teri asin ?

Jawaban :

“Mengenai efektifitas dan efisiensi, manajemen yang dilakukan adalah dengan teknik jemput bola dalam pengambilan bahan baku ikan kepada nelayan langsung ditengah laut, kemudian membeli bahan baku lainnya seperti garam dan kardus pada pemasok tetap dengan harga lebih miring dari pasaran.”

- 2) Bagaimana prosedur yang harus dijalankan pada pada tahap perolehan bahan baku masuk ?

Jawaban : “Mula-mula, pekerja yang bertugas dalam pembelian bahan baku akan melakukan penawaran kepada nelayan tentang harga ikan tangkapan. Kemudian pekerja tersebut menghubungi bos atau pihak pemilik UKM untuk tahap penentuan pembelian”

- 3) Bagaimana tingkat kemampuan UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran dalam memperoleh dana untuk pembelian bahan baku ?

Jawaban : “Dana yang digunakan oleh para pemilik UKM bersumber dari pendapatan individual tanpa adanya campur tangan atau kerjasama dari pihak manapun.

- 4) Bagaimana sistem pencatatan yang dilakukan UKM Ikan teri asin terhadap jumlah dan pembiayaan bahan baku ikan teri asin yang masuk ?

Jawaban : “ Untuk pencatatan semua bentuk penerimaan bahan baku, dicatat masih secara manual oleh pemilik UKM”

- 5) Bagaimana sistem pengawasan terhadap bahan baku ikan teri asin yang masuk guna menjamin keamanan produk tersebut untuk diolah selanjutnya ?

Jawaban : “ Tidak terdapat pengawasan khusus terhadap bahan baku yang diterima hanya sebatas pengetahuan pekerja untuk membawa bahan baku tersebut tetap utuh sampai tujuan untuk kemudian ditinjau kembali oleh bos atau pemilik UKM tempat mereka bekerja”

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti terhadap 5 UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran, secara umum untuk aspek administrasi umum

b. Manajemen sumber daya manusia

- 1) Bagaimana manajemen perencanaan penempatan jumlah tenaga kerja yang bertugas pada bidang penerimaan bahan baku pembuatan ikan teri asin ?

Jawaban : “Untuk jumlah pekerja di penerimaan bahan baku adalah sebanyak 4 -5 orang. 1 orang sebagai nahkoda kapal, 1-2 orang sebagai pembelian ikan teri, 1 orang untuk merebus ikan teri, dan 1 orang bertugas menurunkan tali kapal”

- 2) Bagaimana proses perekrutan pekerja yang bertugas pada bidang penerimaan bahan baku pembuatan ikan teri asin ?

Jawaban : “Perekrutan pekerja bersifat fleksibel dikarenakan dalam tahap ini tidak diperlukan skill khusus dalam pelaksanaan pekerjaannya yakni hanya sekedar mengambil dan menunggu untuk proses perebusan”

- 3) Apa yang menjadi dasar penempatan para pekerja yang ditugaskan dalam penerimaan bahan baku pembuatan ikan teri asin ?

Jawaban : “Khusus penerimaan bahan baku, terdapat kriteria khusus yakni, pekerja harus memiliki keahlian dalam mengendarai kapal, kemampuan dalam menentukan penawaran harga kepada nelayan”

- 4) Apakah pekerja yang bertugas pada penerimaan bahan baku menjalani serangkaian pelatihan sebelumnya sehingga dapat

bekerja sesuai harapan produsen dan tidak menimbulkan kendala apapun?

Jawaban : “Tidak ada pelatihan khusus, keahlian yang dimiliki pekerja hanya berdasarkan pengalaman”

- 5) Bagaimana kebijakan pengusaha dalam rangka meningkatkan pengembangan kinerja pekerja pada bidang penerimaan bahan baku pembuatan ikan teri asin ?

Jawaban : “ Pengusaha hanya melakukan pemantauan melalui telfon genggam untuk proses penerimaan bahan baku ikan”

- 6) Apakah pengusaha melakukan sebuah penelitian sebagai bentuk dari pengawasan terhadap kinerja para pekerja di bidang penerimaan bahan baku pembuatan ikan teri asin ?

Jawaban : “ ya, tetap ada pengawasan setelah barang datang disesuaikan mulai dari kualitas hingga jumlahnya”

- 7) Bagaimana sistem pembagian gaji atau kompensasi bagi para pekerja pada penerimaan bahan baku ikan teri asin ?

Jawaban : “ Gaji atau kompensasi diberikan begitu pekerjaan selesai, tergantung pada ketersediaan bahan baku ikan. Ketika ikan sedang banyak, perolehan gaji pekerja bisa mencapai Rp.500.000/hari. Namun ketika ikan sedang tidak ada, maka mereka hanya memperoleh uang rokok sebesar Rp.50.000”

- 8) Apakah pengusaha memberikan jaminan keselamatan sebagai bentuk pertanggung jawaban jika terjadi kecelakaan kerja pada

para pekerja di bidang penerimaan bahan baku pembuatan ikan teri asin ?

Jawaban : “ Ya, selagi kecelakaan tersebut memang terjadi saat kerja. Pemilik UKM memberikan pertanggung jawaban atas kecelakaan yang disebabkan kesalahan teknis dalam bekerja baik berbentuk material yakni dana sumbangan atau lainnya namun belum ada UKM yang memberikan jaminan risiko seperti asuransi jiwa dan sejenisnya dikarenakan upah pekerja pun bersifat harian”

c. Riset, teknologi dan pengembangan

- 1) Apakah produsen melakukan penelitian atau riset secara berkala mengenai manajemen penerimaan bahan baku ikan teri asin terhadap UKM sejenis ?

Jawaban : “Tidak ada penelitian secara berkala, namun sesekali kesempatan pernah dilakukan. Diantaranya, pada UKM Pengolahan ikan di Medan, Sulawesi dll”

- 2) Bagaimana hasil riset tersebut mampu mempengaruhi perkembangan manajemen penerimaan bahan baku ikan teri asin pada UKM Ikan teri asin di Pulau Pasaran ?

Jawaban : “ tidak ada perubahan berarti dikarenakan memang terdapat perbedaan geografis antar daerah yang mempengaruhi manajemen penerimaan bahan baku”

- 3) Apa saja peralatan yang digunakan dalam proses penerimaan bahan baku ikan teri asin ?

Jawaban : “ cekeng atau keranjang yang sudah tersedia di kapal”

- 4) Bagaimana perkembangan teknik penerimaan bahan baku ikan teri asin yang diterapkan UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran sejak dulu hingga sekarang ?

Jawaban : “Masih menggunakan teknik tradisional, na~~~~~ bedanya adalah dulu pengolah hanya bisa membeli ikan teri tangkapan nelayan ketika mereka sudah mendarat, tapi sekarang, ikan teri diperoleh secara langsung dai nelayan di tengah laut”

- 5) Bagaimana pengaruh jenis teknik penerimaan bahan baku yang diterapkan terhadap perkembangan produk ikan teri asin Pulau Pasaran ?

Jawaban : “Kualitas ikan teri asin yang dihasilkan menjadi lebih baik bahkan dibandingkan dengan produk sejenis ”

- 6) Bagaimana perangkat pendukung bagi pengusaha dalam pengambilan keputusan kebijakan bisnisnya (tradisional atau terkomputerisasi) ?

Jawaban : “Masih secara tradisional dan fleksibel karena keputusan apapun yang diambil secara murni hanya atas pertimbangan secara mandiri oleh para pemilik UKM itu

sendiri berdasarkan catatan dan pemantauan situasi pasar dan sebagainya.

d. Pembelian

- 1) Apa saja jenis bahan baku yang diperlukan dalam pembuatan ikan teri asin ?

Jawaban : “Ikan teri, garam, air, gas”

- 2) Darimana produsen UKM Ikan Teri Asin Pulau Pasaran memperoleh bahan baku yang digunakan dalam proses produksi ?

Jawaban : “ Ikan dari nelayan di perairan legundi hingga Krakatau, garam dari pemasok yang berada di Jawa Barat”

- 3) Berapa banyak bahan baku yang diterima dalam 1x produksi ikan teri asin ?

Jawaban : “1-6 ton ikan teri, garam dipasok dalam jumlah banyak untuk penggunaan lebih dari sekali”

- 4) Bagaimana intensitas perolehan bahan baku ikan teri asin pada UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran ?

Jawaban : “Intensitas perolehan bahan baku ikan teri tergantung pada kondisi alam, sedangkan untuk bahan baku lainnya masih berjalan lancar”

- 5) Apa saja faktor- faktor yang menjadi kendala mengenai ketersediaan bahan baku pembuatan ikan teri asin ?

Jawaban : “Minimnya ketersediaan bahan baku ikan teri karena faktor alam, hal ini mengakibatkan kerugian biaya yang dikeluarkan oleh pengusaha untuk biaya jalan kapal, karena mereka akan tetap ke tengah laut untuk membeli ikan kepada nelayan, ada atau tidak ada ikan tangkapan mereka”

- 6) Bagaimana UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran menanggulangi kendala-kendala tersebut ?

Jawaban : “ Tidak banyak yang bisa dilakukan, para pemilik UKM menganggap hal tersebut adalah suatu resiko yang memang harus dihadapi dikarenakan mereka bergantung pada kondisi alam yang tidak bisa dirangkai oleh manusia”

2. Penyimpanan bahan baku ikan teri asin

a. Administrasi umum

- 1) Bagaimana sistem manajemen proses penyimpanan dalam rangka mencapai tingkat efisiensi dan efektivitas yang maksimal ?

Jawaban : “Manajemen penyimpanan bahan baku dilakukan dengan sangat sederhana, yakni bahan baku disimpan sebentar sambil menunggu proses perebusan lalu kemudian di tiriskan dalam baskom cekung kembali hingga kapal sampai ke daratan”

- 2) Bagaimana prosedur yang harus dijalankan pada tahap penyimpanan bahan baku masuk ?

Jawaban : “Prosedur penyimpanan bahan baku adalah, ikan teri harus terkena angin agar tidak sampai mengeluarkan bau yang tidak sedap atau sampai busuk, kemudian garan dll bisa disimpan di tempat seadanya tanpa pengaturan tertentu”

- 3) Berapa biaya yang dibutuhkan dalam tahap penyimpanan bahan baku ikan teri asin ?

Jawaban : “Untuk 1x produksi,biaya yng dibtuhkan adalah sebesar Rp.3.000.000”.

- 4) Bagaimana teknik pencatatan penyimpanan yang dilakukan untuk menghindari terjadinya jumlah kurang pada bahan baku ikan teri asin yang disimpan ?

Jawaban : “Belum pernah terjadi adanya kehilangan atau kurangnya jumlah bahan baku”

- 5) Apakah dilakukan penyeleksian terhadap bahan baku ikan teri asin sebelum penyimpanan demi menjaga hasil produksi dengan kualitas baik ?

Jawaban : “Penyeleksian hanya dilakukan pada saat penjemuran dan penyortiran”

b. Manajemen sumber daya manusia

- 1) Bagaimana manajemen perencanaan penempatan jumlah tenaga kerja yang bertugas pada bidang penerimaan bahan baku pembuatan ikan teri asin ?

Jawaban : “Penyimpanan bahan baku dilakukan oleh pekerja yang bertugas dalam penerimaan bahan baku”.

- 2) Bagaimana proses perekrutan pekerja yang bertugas pada bidang penyimpanan bahan baku pembuatan ikan teri asin ?

Jawaban : “ Perekrutan para pekerja untuk penyimpanan baku khususnya ikan teri harus memiliki kemampuan dalam p: perebusannya. Karena kedua pekerjaan ini dilakukan oleh satu orang pekerja mengingat ikan teri pun tidak memerlukan tahap penyimpanan yang terlalu lama, hanya sejak setelah dibeli hingga kapal bersandar.

- 3) Apa yang menjadi dasar penempatan para pekerja yang ditugaskan dalam penyimpanan bahan baku pembuatan ikan teri asin ?

Jawaban: “Pekerja menguasai teknik penyimpanan yang bisa menjaga ikan teri tetap bagus sampai kapal mendarat”.

- 4) Apakah pekerja yang bertugas pada penyimpanan bahan baku menjalani serangkaian pelatihan sebelumnya sehingga dapat bekerja sesuai harapan produsen dan tidak menimbulkan kendala apapun?

Jawaban : “ Tidak ada”

- 5) Bagaimana kebijakan pengusaha dalam rangka meningkatkan pengembangan kinerja pekerja pada bidang penyimpanan bahan baku pembuatan ikan teri asin ?

Jawaban : “Pekerja akan dipecat atau digantikan ketika tidak bekerja dengan baik atau terjadi penyelewengan”

- 6) Apakah pengusaha melakukan sebuah penelitian sebagai bentuk dari pengawasan terhadap kinerja para pekerja di bidang penyimpanan bahan baku pembuaatan ikan teri asin ?

Jawaban : “Pengawasan yang dilakukan adalah dengan memantau langsung apa yang sudah mereka kerjakan”

- 7) Bagaimana sistem pembagian gaji atau kompensasi bagi para pekerja pada penyimpanan bahan baku ikan teri asin ?

Jawaban : “Sama dengan pekerja di penerimaan”

- 8) Apakah pengusaha memberikan jaminan keselamatan sebagai bentuk pertanggung jawaban jika terjadi kecelakaan kerja pada para pekerja di bidang penyimpanan bahan baku pembuatan ikan teri asin ?

Jawaban : “Ya, selagi kecelakaan memang terjadi karena proses pekerjaan. Pemilik UKM memberikan pertanggung jawaban atas kecelakaan yang disebabkan kesalahan teknis dalam bekerja baik berbentuk material yakni dana sumbangan atau lainnya dan belum ada satu UKM pun yang memberikan jaminan asuransi jiwa dan sejenis nya dikarenakan upah yang diberikan kepada pekerja pu masih bersifat harian”

- c. Riset, teknologi dan pengembangan

- 1) Apakah produsen melakukan penelitian atau riset secara berkala mengenai manajemen penyimpanan bahan baku pembuatan ikan teri asin terhadap UKM sejenis ?

Jawaban : “Tidak ada”

- 2) Bagaimana hasil riset tersebut mampu mempengaruhi perkembangan manajemen penyimpanan bahan pembuatan ikan teri asin pada UKM Ikan teri asin di Pulau Pasaran ?

Jawaban : “Proses penyimpanan bahan baku di UKM Pulau Pasaran masih lebih baik dibanding UKM lainnya”

- 3) Apa saja peralatan yang digunakan dalam proses penyimpanan bahan baku pembuatan ikan teri asin ?

Jawban : “Hanya cekeng atau wadah yang terbuat dari anyaman bambu”

- 4) Bagaimana perkembangan teknik penyimpanan bahan baku ikan teri asin yang diterapkan UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran sejak dulu hingga sekarang ?

Jawaban : “ Tidak ada perubahan”

- 5) Bagaimana pengaruh jenis teknik penyimpanan bahan baku yang diterapkan terhadap perkembangan produk ikan teri asin Pulau Pasaran ?

Jawaban : “ Ikan teri asin menjadi produk yangberkualitas tinggi dibabnding produk sejenis ”

- 6) Bagaimana perangkat pendukung bagi pengusaha dalam pengambilan keputusan kebijakan pada bidang penyimpanan bahan baku pembuatan ikan teri asin (tradisional atau terkomputerisasi) ?

Jawaban : “ Masih tradisional dan fleksibel yakni keputusan apapun tentang penyimpanan bahan baku ditentukan ‘ ‘ pemilik usaha dengan pertimbangan melihat situasi usaha yang tengah dihadapi masing-masing”

d. Pembelian

- 1) Berapa jumlah peralatan yang dibutuhkan dalam proses penyimpanan bahan baku pembuatan ikan teri asin ?

Jawaban : “100 buah cengkeng/ wadah yang terbuat dari bambu”

- 2) Bagaimana kemampuan pengusaha ikan teri asin Pulau Pasaran mengenai pengadaan alat-alat yang dibutuhkan dalam tahap penyimpanan bahan baku tersebut ?

Jawaban : “Cekeng disediakan oleh pemilik usaha sendiri ataupun membeli jika memang jumlah yang dibutuhkan kurang”

- 3) Apa saja faktor-faktor yang menjadi kendala mengenai penyimpanan bahan baku pembuatan ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada”

- 4) Bagaimana UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran menanggulangi kendala-kendala tersebut ?

Jawaban : “Tidak ada”

3. Pendistribusian input / bahan baku

a. Administrasi umum

- 1) Bagaimana sistem manajemen yang diterapkan dan mencapai tingkat efektivitas dan efisiensi pada pendistribusian bahan baku pembuatan ikan teri asin ?

Jawaban : “ Kapal berangkat pada sore hari kemudian kembali pada sore hari. Setelah kapal kembali dengan membawa bahan baku yang sudah dibeli dari nelayan, kemudian bahan baku diturunkan untuk kemudian dijemur”

- 2) Bagaimana prosedur yang harus dijalankan pada tahap pendistribusian bahan baku masuk ?

Jawaban : “Bahan baku yang sudah diterima dari nelayan, langsung direbus diatas kapal lalu kemudian kapal kembali pulang dan langsung mendistribusikan bahan baku tersebut tanpa harus menunggu beberapa hari”

- 3) Bagaimana kemampuan para pengusaha dalam memenuhi kebutuhan pendanaan yang dibutuhkan dalam pendistribusian bahan baku ?

Jawaban : “Pendanaan murni dilakukan oleh pemilik usaha dengan dana pribadi tanpa ada bantuan dari pihak manapun.

Pendanaan tersebut diperolehnya mulai dari dana pribadi, dana pinjaman dari perorangan sesama pengusaha pengolah ikan, atau daa pinjaman ke bank.”

- 4) Bagaimana sistem pencatatan yang dilakukan UKM Ikan teri asin terhadap jumlah dan pembiayaan pendistribusian bahan baku pembuatan ikan teri asin yang masuk ?

Jawaban : “Pencatatan dilakukan secara manual dan bersifat global atau tidak terlalu terperinci.”

- 5) Bagaimana sistem pengawasan terhadap pendistribusian bahan baku pembuatan ikan teri asin yang masuk guna menjamin keamanan produk tersebut untuk diproses selanjutnya ?

Jawaban : “Dalam pendistribusiannya, pemilik usaha melakukan pemantauan di lokasi pelaksanaan sambil melihat jenis ikan yang sudah dibeli oleh pekerja. Beberapa hal yang diperiksa adalah tingkat kualitas yang dibandingkan dengan harga.

b. Manajemen sumber daya manusia

- 1) Bagaimana manajemen perencanaan penempatan jumlah tenaga kerja yang bertugas pada bidang pendistribusian bahan baku pembuatan ikan teri asin ?

Jawaban : “Pendistribusian bahan baku hanya terdiri dari pekerja penyimpanan bhaan baku”

- 2) Bagaimana proses perekrutan pekerja yang bertugas pada bidang pendistribusian bahan baku pembuatan ikan teri asin ?

Jawaban : “Perekrutan bersifat fleksibel. Untuk pendistribusia bahan baku dilakukan oleh pekerja yang berangkat untuk mencari ikan, namun dalam pelaksanaannya, tidak ada ke khusus yang harus dikuasai oleh pekerja dalam pendistribusian bahan baku”

- 3) Apa yang menjadi dasar penempatan para pekerja yang ditugaskan dalam pendistribusian bahan baku pembuatan ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada kriteria khusus untuk bisa bekerja di bidang ini”

- 4) Apakah pekerja yang bertugas pada pendistribusian bahan baku menjalani serangkaian pelatihan sebelumnya sehingga dapat bekerja sesuai harapan produsen dan tidak menimbulkan kendala apapun?

Jawaban : “Ya, sejauh ini para pekerja yang bertugas pada pendistribusian bahan baku sudah memiliki keahlian yang sesuai dibidangnya”

- 5) Bagaimana kebijakan pengusaha dalam rangka meningkatkan pengembangan kinerja pekerja pada bidang pendistribusian bahan baku pembuatan ikan teri asin ?

Jawaban : “Pengusaha senantiasa melakukan pemantauan disetiap proses pendistribusian bahan baku tersebut dilakukan”

- 6) Apakah pengusaha melakukan sebuah penelitian sebagai bentuk dari pengawasan terhadap kinerja para pekerja di bidang pendistribusian bahan baku pembuatan ikan teri asin ?

Jawaban : “Pengawasan yang dilakukan hanyalah sebatas pemantauan”

- 7) Bagaimana sistem pembagian gaji atau kompensasi bagi para pekerja pada pendistribusian bahan baku ikan teri asin ?

Jawaban : “Pembagian gaji sama dengan para pekerja di penyimpanan bahan baku”

- 8) Apakah pengusaha memberikan jaminan keselamatan sebagai bentuk pertanggung jawaban jika terjadi kecelakaan kerja pada para pekerja di bidang pendistribusian bahan baku pembuatan ikan teri asin ?

Jawaban : “Ya, selama kecelakaan yang terjadi disebabkan oleh proses kerja dimana pemilik UKM memberikan pertanggung jawaban atas kecelakaan yang disebabkan kesalahan teknis dalam bekerja baik berbentuk material yakni dana sumbangan atau lainnya. Namun, belum ada satupun UKM yang memberikan jaminan asuransi jiwa dan sejenis nya dikarenakan faktor pemberian gaji yang masih bersifat harian”

c. Riset, teknologi dan pengembangan

- 1) Apakah produsen melakukan penelitian atau riset secara berkala mengenai manajemen pendistribusian bahan baku pembuatan ikan teri asin terhadap UKM sejenis ?

Jawaban : “Pengusaha sempat melakukan sebuah kunjungan pada beberapa tempat industri olahan ikan asin sejenis dan melihat proses pendistribusian bahan baku yang dilakukan”

- 2) Bagaimana hasil riset tersebut mampu mempengaruhi perkembangan manajemen pendistribusian bahan baku pembuatan ikan teri asin pada UKM Ikan teri asin di Pulau Pasaran ?

Jawaban : “Proses pendistribusian barang di UKM Pulau Pasaran memiliki metode yang lebih baik dibanding lainnya, kunjungan tersebut mampu memotivasi pengusaha untuk bisa mempertahankan manajemen pendistribusian bahan baku yang sudah digunakan selama ini”

- 3) Bagaimana perkembangan teknik pendistribusian bahan baku ikan teri asin yang diterapkan UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran sejak dulu hingga sekarang ?

Jawaban : “Dahulu barang di distribusikan ketika kapal sudah beberapa hari melaut, kini setiap hari kapal akan pulang untuk mendistribusikan bahan baku.”

- 4) Bagaimana pengaruh jenis teknik pendistribusian bahan baku yang diterapkan terhadap perkembangan produk ikan teri asin Pulau Pasaran ?

Jawaban : “Teknik ini memberikan peningkatan kualitas dari produk menjadi lebih baik”

- 5) Bagaimana perangkat pendukung bagi pengusaha dalam mengambil keputusan kebijakan pada pendistribusian bahan baku pembuatan ikan teri asin (tradisional atau terkomputerisasi) ?

Jawaban : “kebijakan mutlak diambil oleh pengusaha sendiri dengan pertimbangan yang masih bersifat tradisional dikarenakan pendistribusian bahan baku dilakukan sendiri juga oleh pemilik usaha. Contohnya dalam pendistribusian garam yang dilakukan oleh para pemilik UKM sendiri secara langsung ke pemasok untuk memperoleh harga lebih murah”

d. Pembelian

- 1) Berapa banyak bahan baku yang mampu didistribusikan dari pemasok dalam 1x produksi ikan teri asin ?

Jawaban : “ Untuk bahan baku ikan teri basah setiap harinya kurang lebih seberat 5 kwintal/hari. Tergantung pada hasil tangkapan dari nelayan”

- 2) Apa saja transportasi yang diperlukan dalam proses pendistribusian bahan baku pembuatan ikan teri asin dari pemasok sampai ke lokasi produksi ?

Jawaban : “Untuk bahan baku ikan dengan menggunakan kapal, sedangkan bahan baku lainnya seperti garam, kardus dan lakban bisa dibeli dengan menggunakan transportasi darat”

- 3) Bagaimana intensitas pendistribusian bahan baku ikan teri asin pada UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran ?

Jawaban : “Intensitas pendistribusian bahan baku berlangsung setiap hari sesuai dengan ketersediaan bahan baku, sedangkan untuk bahan garam dan kardus dilakukan sesuai dengan jumlah simpanan bahan baku yang tersisa”

- 4) Apa saja faktor-faktor yang menjadi kendala mengenai pendistribusian bahan baku pembuatan ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada kendala berarti dalam pendistribusian bahan baku”

- 5) Bagaimana UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran menanggulangi kendala-kendala tersebut ?

Jawaban : “Tidak ada perbaikan apapun karena tidak ada kendala berarti dalam prosesnya”

Komentar : Proses pendistribusian bahan baku yang amat singkat mengakibatkan tidak adanya kendala yang menimbulkan hambatan dalam prosesnya.

B. Operasional

1. Proses produksi

a. Administrasi umum

- 1) Bagaimana sistem manajemen yang diterapkan dalam mencapai tingkat efektivitas dan efisiensi pada proses produksi ikan teri asin ?

Jawaban : “Manajemen yang diterapkan ialah dengan melakukan proses produksi di lokasi dengan jumlah pekerja tetap dan membolehkan para pekerja yang ingin membawa pulang ikan teri asin untuk melanjutkan proses penyortiran di rumah masing-masing diluar jam dan lokasi kerja.”

- 2) Bagaimana prosedur yang harus dijalankan pada pada tahap proses produksi ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak terdapat prosedur yang terikat bagi para pekerja, semuanya bersifat fleksibel”

- 3) Berapa biaya yang dikeluarkan oleh para pengusaha Ikan teri asin Pulau Pasaran dalam pembiayaan 1x proses operasional produksi ?

Jawaban : “Dalam 1x proses produksi dibutuhkan biaya sebesar Rp.3000.000 untuk biaya pemberangkatan kapal. Kemudian untuk pembelian ikan teri dana yang dibutuhkan sesuai dengan jumlah ikan yang dibeli , rata-rata pengeluaran dalam

memperoleh ikan teri, pemilik UKM mengeluarkan biaya sebesar Rp. 13.500.000 – Rp. 59.000.000 ”

- 4) Bagaimana sistem pencatatan yang dilakukan para pengusaha Ikan teri asin Pulau Pasaran terhadap jumlah dan pembiayaan pada proses produksi ?

Jawaban : “secara umum, pencatatan yang dilakukan masih sangat sederhana yakni dengan pencatatan menggunakan notta dan dilakukan oleh pemilik UKM itu sendiri tanpa ada bantuan tenaga kerja.”

- 5) Bagaimana tahapan- tahapan proses produksi ikan teri asin ?

Jawaban : “tahapan proses produksi yaitu dimulai dengan perebusan ikan, kemudian penirisan, dilanjutkan dengan penjemuran dan kemudian penyortiran ikan teri asin sesuai dengan jenis -jenis nya baru kemudian masuk pada tahap terakhir yakni pengepakan”

- 6) Bagaimana sistem pengawasan terhadap proses produksi ikan teri asin guna menjamin keamanan kualitas produk yang dihasilkan ?

Jawaban : “Pengawasan dilakukan langsung oleh pemilik usaha dengan cara berkeliling memantau proses penyortiran. Kemudian untuk proses perebusan yang dilakukan diatas kapal, pemilik usaha mengawasi dengan melihat hasil rebusan ketika kapal menyandar ke daratan. Kemudian ketika terdapat

kekurangan maka untuk pemberangkatan selanjutnya pemilik usaha akan memberikan masukan perbaikan untuk proses perebusan selanjutnya”

b. Manajemen sumber daya manusia

- 1) Bagaimana manajemen perencanaan jumlah tenaga kerja yang bertugas pada proses produksi ikan teri asin ?

Jawaban : “ Tidak ada sistem pencatatan dalam proses produksi”

- 2) Bagaimana proses perekrutan pekerja yang bertugas pada bidang proses produksi ikan teri asin ?

Jawaban : “Perekrutan bersifat fleksibel”

- 3) Apa yang menjadi dasar penempatan para pekerja yang ditugaskan dalam proses produksi ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak terdapat persyaratan khusus untuk pekerja yang bertugas dalam proses produksi”

- 4) Apakah pekerja yang bertugas pada proses produksi menjalani serangkaian pelatihan sebelumnya sehingga dapat bekerja sesuai harapan produsen dan tidak menimbulkan kendala apapun?

Jawaban : “Sejauh ini, para pekerja sudah bekerja sesuai dengan tugas dan tidak menimbulkan kendala”

- 5) Bagaimana kebijakan pengusaha dalam rangka meningkatkan pengembangan kinerja pekerja pada bidang proses produksi ikan teri asin ?

Jawaban : “Kebijakan pengusaha dalam meningkatkan kinerja pekerja dibidang ini ialah dengan memberikan kebebasan dalam proses ini namun tetap dalam pantauan”

- 6) Apakah pengusaha melakukan sebuah penelitian sebagai bentuk dari pengawasan terhadap kinerja para pekerja di bidang proses produksi ikan teri asin ?

Jawaban : “Pengawasan kerja dilakukan oleh pemilik usaha langsung”

- 7) Bagaimana sistem pembagian gaji atau kompensasi bagi para pekerja pada bidang proses produksi ikan teri asin ?

Jawaban : “Para pekerja yang bertugas di proses penyortiran digaji berdasarkan jumlah jam kerja yang dilakukan dengan ketentuan Rp.70.000-Rp.90.000/hari. Sedangkan untuk jenis teri jengki yang memerlukan proses pembelahan, para pekerja digaji sesuai jumlah ikan teri asin yang dibelah dengan ketentuan Rp.3000/kg.

- 8) Apakah pengusaha memberikan jaminan keselamatan sebagai bentuk pertanggung jawaban jika terjadi kecelakaan kerja pada para pekerja pada bidang proses produksi ikan teri asin ?

Jawaban : “Pemilik usaha akan memberikan tanggung jawab kepada pekerja yang memang celaka akibat proses kerja yang sedang dijalankan dimana pemilik UKM memberikan pertanggung jawaban atas kecelakaan yang disebabkan kesalahan teknis dalam bekerja baik berbentuk material dana sumbangan atau lainnya. Namun belum ada satupun UKM yang telah memberikan jaminan seperti asuransi jiwa dan sejenisnya kepada para pekerjanya dikarenakan sistem gaji yang diberikan kepada pekerja di bidang operasional masih bersifat harian”

c. Riset, teknologi dan pengembangan

- 1) Apakah produsen melakukan penelitian atau riset secara berkala mengenai manajemen proses produksi ikan teri asin terhadap UKM sejenis ?

Jawaban : “Pemilik usaha hanya melakukan kunjungan informal ke tempat-tempat usaha sejenis untuk melihat proses produksinya”

- 2) Bagaimana hasil riset tersebut mampu mempengaruhi perkembangan manajemen proses produksi ikan teri asin pada UKM Ikan teri asin di Pulau Pasaran ?

Jawaban : “ Memberikan motivasi bagi pengusaha untuk terus mempertahankan teknik proses produksi yang sudah ada agar

tidak kalah saing dengan produk sejenis yang sudah menggunakan proses modern”

- 3) Bagaimana perkembangan teknik proses produksi ikan teri asin yang diterapkan UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran sejak dulu hingga sekarang ?

Jawaban : “ Dalam proses produksi, tidak terdapat perbedaan teknik yang diterapkan dikarenakan para pengusaha percaya bahwa teknik ini adalah teknik yang sudah paling efektif dalam proses produksi bahkan dibandingkan dengan proses produksi menggunakan mesin”

- 4) Bagaimana pengaruh jenis teknik proses produksi yang diterapkan terhadap perkembangan produk ikan teri asin yang dihasilkan ?

Jawaban : “ Proses produksi yang alami dan memanfaatkan alam ini mampu menghasilkan produk dengan kualitas terbaik no.2 dalam tingkat Nasional”

- 5) Bagaimana perangkat pendukung bagi pengusaha dalam pengambilan keputusan kebijakan pada tahap proses produksi ikan teri asin (tradisional atau terkomputerisasi) ?

Jawaban : “ Kebijakan Mutlak diputuskan oleh pengusaha sendiri dengan dukungan pencatatan yang dimilikinya. Pemilik UKM akan memecat para pekerja di operasional produksi jika

memang mereka membuat kesalahan fatal seperti tidak masuk kerja tanpa izin dan keterangan yang jelas.”

d. Pembelian

- 1) Apa saja jenis sumber daya yang diperlukan dalam proses produksi ikan teri asin ?

Jawaban : “ Dalam proses perebusan diperlukan panci, gas kompor tungku. Kemudian untuk penjemuran diperlukan para-para(penjemur yang terbuat dari bambu), gelagaran(bambu yang melajur untuk tempat menaruh para-para daat penjemuran dan pemilihan ikan teri asin)”

- 2) Bagaimana manajemen pengadaan sumber daya pada proses produksi ikan teri asin ?

Jawaban : “Peralatan proses produksi disediakan atau dbuat oleh pemilik usaha sendiri, begitupun gelagarnya”

- 3) Darimana produsen UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran memperoleh sumber daya yang digunakan dalam proses produksi ?

Jawaban : “Produsen membuatnya sendiri”

- 4) Berapa banyak masing-masing sumber daya yang digunakan dalam 1x produksi ikan teri asin ?

Jawaban : “Untuk gelagaran yang tersedia kurang lebih 5-10 lajur dengan panjang kurang lebih 5m. kemudian untuk jumlah

para-para yang digunakan dalam 1x produksi adalah sejumlah 250 buah”

- 5) Bagaimana intensitas kegiatan proses produksi ikan teri asin pada UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran ?

Jawaban : “Proses produksi dilakukan tergantung pada ketersediaan bahan baku ikan teri dari nelayan. Paling sedikitnya, kegiatan proses produksi dilaksanakan 20 hari dalam sebulan. Namun jika hasil tangkapan nelayan sangat banyak, kegiatan proses produksi bisa dilakukan 1 bulan-3 bulan tanpa henti.

- 6) Apa saja faktor-faktor yang menjadi kendala mengenai ketersediaan sumber daya yang digunakan dalam proses produksi ikan teri asin ?

Jawaban : “Kendala yang sering dihadapi adalah faktor alam yang mempengaruhi jumlah tangkapan nelayan. Selain itu, proses produksi yang mengandalkan alam, ketika kondisi panas yang kurang maksimal sedangkan jumlah ikan yang diperoleh dari nelayan melebihi kapasitas, jumlah penjemuran tidak mampu menampung jumlah ikan basah yang diperoleh dari nelayan tersebut sehingga terdapat kendala pengeringan yang akan mempengaruhi kualitas dari ikan teri asin”

- 7) Bagaimana UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran menanggulangi kendala-kendala tersebut ?

Jawaban: “Untuk menanggulangi keterbatasan alat penejemuran saat jumlah ikan teri melimpah, maka ikan cukup dikipas dengan menggunakan blower karena ikan akan tetap bertahan walau hanya dengan dianginkan”

Komentar : Keterbatasan operasional berbasis teknologi seharusnya sudah tidak lagi menjadi kendala yang terpecahkan seandainya ada kerjasama yang baik antar para pelaku usaha dengan pemerintah mengingat ikan teri asin Pulau Pasaran pun menjadi ikon centra ikan asin dengan kualitas terbaik di baik di wilayah lampung maupun selainnya.

2. Pemeliharaan peralatan operasional produksi

a. Administrasi umum

- 1) Bagaimana sistem manajemen yang diterapkan dalam mencapai tingkat efektivitas dan efisiensi pada pemeliharaan peralatan operasional produksi ikan teri asin ?

Jawaban : “Manajemen perawatan peralatan operasional yang dilakukan oleh pemilik UKM adalah dengan melakukan pengecekan seminggu sekali untuk alat transportasi laut mereka, kemudian untuk peralatan lainnya dilihat secara berkala dan dalam pembenahannya dilakukan sendiri oleh pemilik usaha ”

- 2) Bagaimana prosedur yang harus dijalankan dalam melakukan perawatan peralatan operasional produksi ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak terdapat prosedur khusus hanya dilakukan pengecekan secara berkala oleh pemilik selaku pihak yang mengerti”

- 3) Berapa biaya yang diperlukan untuk melakukan perawatan peralatan operasional produksi ikan teri asin ?

Jawaban : “Untuk pembiayaan perawatan peralatan operasional menghabiskan Rp.400.000-Rp.500.000/10 hari”.

- 4) Bagaimana sistem pencatatan yang dilakukan UKM Ikan teri asin terhadap pembiayaan perawatan peralatan operasional produksi ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak terdapat pencatatan yang terlalu rinci untuk biaya perawatan peralatan operasional, hanya terdapat pencatatan secara keseluruhan secara tradisional”

- 5) Bagaimana sistem pengawasan yang dilakukan terhadap karyawan yang melakukan proses perawatan peralatan operasional produksi ikan teri asin ?

Jawaban :” Tidak ada, dikarenakan kegiatan perawatan peralatan operasional dilakukan secara mandiri oleh para pemilik UKM sebab para pemilik UKM belum bisa mempercayai hal ini kepada orang lain dalam hal ini karena meminimalisir resiko”

b. Manajemen sumber daya manusia

- 1) Bagaimana manajemen perencanaan penempatan jumlah tenaga kerja yang ditugaskan melakukan perawatan peralatan operasional ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada, karena untuk peralatan dilakukan oleh pemilik usaha tersebut sendiri”

- 2) Bagaimana proses perekrutan pekerja yang ditugaskan melakukan perawatan peralatan operasional ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada, karena tidak ada pekerja yang bertugas pada bidang tersebut”

- 3) Apa yang menjadi dasar penempatan para pekerja yang ditugaskan melakukan perawatan peralatan operasional produksi ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada, karena tidak ada pekerja yang bertugas pada bidang tersebut”

- 4) Apakah pekerja yang ditugaskan melakukan perawatan peralatan operasional menjalani serangkaian pelatihan sebelumnya sehingga dapat bekerja sesuai harapan produsen dan tidak menimbulkan kendala apapun?

Jawaban : “Tidak ada”

- 5) Bagaimana kebijakan pengusaha dalam rangka meningkatkan pengembangan kinerja pekerja ditugaskan melakukan perawatan peralatan operasional ikan teri asin ?

Jawaban : Tidak ada, karena tidak ada pekerja yang bertugas dalam bidang tersebut. Kegiatan perawatan peralatan operasional dilakukan mandiri oleh pemilik usaha secara bertahap setiap minggu nya.

- 6) Apakah pengusaha melakukan sebuah penelitian sebagai bentuk dari pengawasan terhadap kinerja para pe ditugaskan melakukan perawatan peralatan operasional ikan teri asin ?

Jawaban : “ Tidak ada penelitian yang dilakukan”

- 7) Bagaimana sistem pembagian gaji atau kompensasi bagi para pekerja ditugaskan melakukan perawatan peralatan operasional ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada, karena tidak ada pekerja yang bertugas pada bidang tersebut”

- 8) Apakah pengusaha memberikan jaminan keselamatan sebagai bentuk pertanggung jawaban jika terjadi kecelakaan kerja pada para pekerja ditugaskan melakukan perawatan peralatan operasional?

Jawaban : “Tidak ada, karena tidak ada pekerja yang bertugas pada bidang tersebut”

c. Riset, teknologi dan pengembangan

- 1) Apakah produsen melakukan penelitian atau riset secara berkala mengenai manajemen perawatan peralatan operasional produksi terhadap UKM sejenis ?

Jawaban : “Tidak ada, semua diketahui berdasarkan pengalaman pribadi”

- 2) Bagaimana hasil riset tersebut mampu mempengaruhi perkembangan manajemen perawatan peralatan operasional produksi pada UKM Ikan teri asin di Pulau Pasaran ?

Jawaban : “Tidak ada, karena semua hanya dilakukan secara otodidak oleh pemilik UKM secara mandiri

- 3) Bagaimana perkembangan teknik perawatan peralatan operasional produksi yang diterapkan UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran sejak dulu hingga sekarang ?

Jawaban : “Perawatan peralatan operasional dari masa ke masa dilakukan dengan cara manual dan tidak mengalami perubahan apapun”

- 4) Bagaimana pengaruh jenis teknik perawatan peralatan operasional produksi yang diterapkan terhadap perkembangan produk ikan teri asin Pulau Pasaran ?

Jawaban : “Berdasarkan pengalaman yang dimiliki oleh pemilik usaha dapat memberikan manfaat keamanan dari penggunaan peralatan operasional produksi”

- 5) Bagaimana perangkat pendukung bagi pengusaha dalam pengambilan keputusan kebijakan dalam perawatan peralatan operasional produksi ikan teri asin (tradisional atau terkomputerisasi) ?

Jawaban : “Pengambilan keputusan hanya berdasar pada pengalaman tradisional pemilik usaha yang diperoleh secara otodidak”

d. Pembelian

- 1) Apa saja yang diperlukan dalam pemeliharaan peralatan operasional produksi ikan teri asin ?

Jawaban : “Sejumlah peralatan yang berhubungan dengan mesin kapal . Peralatan lain yang diperlukan adalah bambu.”

- 2) Bagaimana ketersediaan alat- alat yang diperlukan untuk perawatan peralatan operasional produksi ikan teri asin ?

Jawaban : “Ketersediaan bahan baku bisa diperoleh dengan mudah di toko-toko terkait”

- 3) Darimana produsen UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran memperoleh berbagai sumber daya yang diperlukan dalam perawatan peralatan operasional ikan teri asin ?

Jawaban : “Peralatan perawatan diperoleh baik dari toko terkait”

- 4) Bagaimana intensitas penyediaan berbagai sumber daya yang diperlukan dalam perawatan peralatan operasional pada UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran ?

Jawaban : “ Ketersediaan sumber daya perawatan peralatan operasional bisa didapatkan kapan saja”

- 5) Apa saja faktor- faktor yang menjadi kendala dalam memperoleh berbagai sumber daya yang diperlukan dalam perawatan peralatan operasional ikan teri asin ?

Jawaban : “ Kendala yang dihadapi oleh beberapa per UKM adalah terkait pembiayaan pembelian yang memakan banyak biaya, yang mengakibatkan tidak semua pengusaha mampu untuk memenuhinya dan melakukan perawatan secara terus menerus dengan peralatan mereka”

- 6) Bagaimana UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran menanggulangi kendala-kendala tersebut ?

Jawaban : “Untuk beberapa Pemilik UKM yang memiliki modal besar seperti Pak Dasuki, Pak H.Rasyidin dan Pak Hendrik tidak merasa bingung dengan hal tersebut, namun untuk para pengusaha yang tidak memiliki dana cukup, mereka memilih untuk meminjam uang kepada para ketua kelompok UKM yang membawahnya”

3. Pengemasan

a. Administrasi umum

- 1) Bagaimana sistem manajemen yang diterapkan dalam mencapai tingkat efektivitas dan efisiensi pada pengemasan produk ikan teri asin ?

Jawaban : “Untuk pengemasan, produsen kini menggunakan kardus bekas yang masih layak dengan ukuran 15kg yang dibeli dari pemasok”

- 2) Apakah teknik pengemasan sudah memenuhi standar pengemasan yang aman dan mampu melindungi hasil produksi dari kerusakan ?

Jawaban : “ Sejauh ini, belum pernah terjadi kerusakan hasil produksi yang sampai pada pemesanan dengan standar pengemasan yang sudah digunakan”

- 3) Bagaimana prosedur yang harus dijalankan pada pengemasan produk ikan teri asin ?

Jawaban : “ Prosedur yang digunakan dengan pemberian kode-kode khusus yang berbeda-beda antar jenis ikan teri asin diluar kemasan”

- 4) Berapa biaya yang diperlukan dalam pengemasan produk ikan teri asin dalam 1x produksi ?

Jawaban : “Untuk 1x produksi memerlukan kurang lebih 50 kardus berukuran 15 kg dengan harga satuan sebesar Rp.3000-Rp.3.500/biji”

- 5) Bagaimana sistem pencatatan yang dilakukan UKM Ikan teri asin terhadap jumlah dan pembiayaan pengemasan produk ikan teri asin ?

Jawaban : “Pencatatan dilakukan dengan manual oleh pemilik usaha”

- 6) Bagaimana sistem pengawasan terhadap proses pengemasan produk guna menjamin kualitas produk tetap baik sampai ke konsumen ?

Jawaban : “Pengawasan dilakukan oleh pemilik UKM secara langsung. Beberapa hal yang mereka awasi ialah memastikan bahwa isi kemasan dengan kode yang dituliskan sudah sesuai”

b. Manajemen sumber daya manusia

- 1) Bagaimana manajemen perencanaan penempatan jumlah tenaga kerja yang bertugas pada proses pengemasan ikan teri asin ?

Jawaban : “Pengemasan dilakukan oleh para pekerja yang juga memilah ikan teri asin dan dibantu oleh pemilik UKM sesekali”

- 2) Bagaimana proses perekrutan pekerja yang bertugas pada proses pengemasan ikan teri asin ?

Jawaban : “Perekrutan dilakukan secara fleksibel”

- 3) Apa yang menjadi dasar penempatan para pekerja yang bertugas proses pengemasan ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada persyaratan khusus bagi pekerja”

- 4) Apakah pekerja yang bertugas pada proses pengemasan menjalani serangkaian pelatihan sebelumnya sehingga dapat bekerja sesuai harapan produsen dan tidak menimbulkan kendala apapun?

Jawaban : “Sejauh ini pekerja sudah melakukan tugas mereka tanpa menimbulkan kendala apapun”

- 5) Bagaimana kebijakan pengusaha dalam rangka meningkatkan pengembangan kinerja pekerja pada proses pengemasan ikan teri asin ?

Jawaban : “Sejauh ini tidak ada kebijakan yang dilakukan oleh pengusaha”

- 6) Apakah pengusaha melakukan sebuah penelitian sebagai bentuk dari pengawasan terhadap kinerja para pekerja di proses pengemasan ikan teri asin ?

Jawaban : “ Pengusaha hanya melakukan pemantauan langsung atau terlibat langsung dalam kegiatan pengemasan”

- 7) Bagaimana sistem pembagian gaji atau kompensasi bagi para pekerja di proses pengemasan ikan teri asin ?

Jawaban : “Pembagian gaji sama dengan pekerja dalam proses produksi”

- 8) Apakah pengusaha memberikan jaminan keselamatan sebagai bentuk pertanggung jawaban jika terjadi kecelakaan kerja pada para pekerja di proses pengemasan ikan teri asin ?

Jawaban : “ Ya, selama kecelakaan terjadi dalam proses pekerjaan”
 Komentar : Hal ini sebagai bentuk penerapan prinsip-prinsip syariah dalam konteks kebenaran ketuhanan, dimana pemilik UKM memberikan pertanggung jawaban atas kecelakaan yang disebabkan kesalahan teknis dalam bekerja baik berbentuk material yakni dana sumbangan atau lainnya.

c. Riset, teknologi dan pengembangan

- 1) Apakah produsen melakukan penelitian atau riset secara berkala mengenai manajemen proses pengemasan ikan teri asin terhadap UKM sejenis ?

Jawaban : “ Tidak ada”

- 2) Bagaimana hasil riset tersebut mampu mempengaruhi perkembangan manajemen proses pengemasan ikan teri asin pada UKM Ikan teri asin di Pulau Pasaran ?

Jawaban : “Tidak ada”

- 3) Bagaimana perkembangan teknik proses pengemasan ikan teri asin yang diterapkan UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran sejak dulu hingga sekarang ?

Jawaban : “ Pengemasan yang dilakukan tidak mengalami perbedaan sejak dulu hingga sekarang, perbedaannya adalah pemilik UKM sudah tidak menggunakan kemasan yang bermerk seperti dulu untuk pencapaian tingkat efisiensi”

- 4) Bagaimana pengaruh jenis teknik proses pengemasan yang diterapkan terhadap perkembangan produk ikan teri asin Pulau Pasaran ?

Jawaban : “Pengemasan yang diterapkan memberikan tingkat efisiensi biaya pengemasan lebih baik”

- 5) Bagaimana perangkat pendukung bagi pengusaha dalam pengambilan keputusan kebijakan dalam proses pengemasan (tradisional atau terkomputerisasi) ?

Jawaban : “ Hanya sebatas pengetahuan dan perhitungan manual oleh pemilik UKM yang pertimbangannya adalah menyesuaikan dengan keadaan pasar saat ini”

d. pembelian

- 1) Apa saja peralatan yang diperlukan dalam proses pengemasan produk ikan teri asin ?

Jawaban : “ Kardus ukuran 15kg, lakban, dan koran

- 2) Berapa jumlah peralatan-peralatan yang digunakan untuk mengemas produk yang disalurkan ke konsumen dalam 1x produksi ?

Jawaban : “ beberapa UKM dengan skala produksi terbesar seperti Pak Dasuki, Pak Hendrik dan Pak H.Rasyidin akan memerlukan 60-130 pcs sedangkan untuk UKM dnegan skala produksi mulai 200-300kg hanya membutuhkan kardus sebanyak 13-20 pcs kardus ukuran 15 kg,. Kemudian untuk jumlah lakban secara keseluruhan diperlukan sebanyak 1-² ”
sedangkan jumlah koran bekisar ½ -3kg dalam satu kali produksinya”

- 3) Bagaimana intensitas perolehan bahan dan peralatan proses pengemasan ikan teri asin pada UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran ?

Jawaban : “Peralatan proses pengemasan bisa diperoleh kapan saja”

- 4) Apa saja faktor- faktor yang menjadi kendala mengenai proses pengemasan ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada faktor apapun yang dapat menjadi kendala dalam proses pengemasan”

- 5) Bagaimana UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran menanggulangi kendala-kendala tersebut ?

Jawaban : “Tidak ada yang perlu ditanggulangi karena tidak ada kendala”

C. Logistik keluar

1. Pengolahan order

a. Administrasi umum

- 1) Bagaimana sistem manajemen yang diterapkan dalam mencapai tingkat efektivitas dan efisiensi pada proses pengolahan order ikan teri asin ?

Jawaban : “ Manajemen pemesanan dilakukan melalui telfon seluler dan media sosial”

- 2) Bagaimana prosedur yang harus dijalankan pada proses pengolahan order ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada prosedur khusus yang harus dilakukan dalam tahap ini, karena pengelolaan order dilakukan secara mandiri oleh pemilik UKM sendiri”

- 3) Berapa biaya yang dibutuhkan dalam proses pengolahan order ikan teri asin ?

Jawaban : “ Biaya yang diperlukan dalam manajemen pemesana adalah pulsa ponsel yang jumlahnya tidak terperinci oleh pemilik UKM”

- 4) Bagaimana sistem pencatatan yang dilakukan UKM Ikan teri asin terhadap jumlah dan pembiayaan proses pengolahan order ikan teri asin ?

Jawaban : “Pencatatan dilakukan secara manual dengan meggunakan nota. Para pemilik UKM seluruhnya tidak

memiliki sistem pencatatan yang khusus mengenai proses produksi. Pencatatan dalam proses hanya mengenai barang datang dan hasil keluar, perhitungannya pun masih sangat sederhana dengan menghitung berapa masuk dan berapa keluar”

b. Manajemen sumber daya manusia

- 1) Bagaimana manajemen perencanaan penempatan jumlah tenaga kerja yang bertugas pada pengolahan order ikan teri asin ?

Jawaban : “Manajemen order hanya dilakukan oleh pemilik UKM”

- 2) Bagaimana proses perekrutan pekerja yang bertugas pada pengolahan order ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada pekerja yang bertugas pada tahap ini, karena pengelolaan order dilakukan secara sendiri oleh pemilik usaha”

- 3) Apa yang menjadi dasar pertimbangan penempatan para pekerja pada pengolahan order ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada, karena tidak ada pekerja yang bertugas pada bidang tersebut”

- 4) Apakah pekerja yang bertugas pada pengelolaan order jadi menjalani serangkaian pelatihan sebelumnya sehingga dapat bekerja sesuai harapan produsen dan tidak menimbulkan kendala apapun?

Jawaban : “Manajemen order sudah berjalan dengan baik.
Dilakukan via telfon genggam oleh pemilik UKM ”

- 5) Bagaimana kebijakan pengusaha dalam rangka meningkatkan pengembangan kinerja pekerja pada pengolahan order ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada, karena tidak ada pekerja yang bertugas pada bidang tersebut”

- 6) Apakah pengusaha melakukan sebuah penelitian sebagai bentuk dari pengawasan terhadap kinerja para pekerja di pengolahan order ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada, karena pengelolaan order dilakukan oleh pemilik UKM secara mandiri”

- 7) Bagaimana sistem pembagian gaji atau kompensasi bagi para pekerja pada pengolahan order ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada, karena tidak ada pekerja yang bertugas di bidang tersebut”

- 8) Apakah pengusaha memberikan jaminan keselamatan sebagai bentuk pertanggung jawaban jika terjadi kecelakaan kerja pada para pekerja pada pengolahan order ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada, karena tidak ada pekerja yang bertugas pada bidang tersebut”

c. Riset, teknologi dan pengembangan

- 1) Apakah produsen melakukan penelitian atau riset secara berkala mengenai manajemen pengolahan order ikan teri asin terhadap UKM sejenis ?

Jawaban : “Tidak pernah ada riset penelitian yang dilakukan oleh pemilik UKM dalam hal ini karena mereka sudah memiliki konsumen yang sudah biasa menampung hasil produksi mereka”

- 2) Bagaimana hasil riset tersebut mampu mempengaruhi perkembangan manajemen pengolahan order ikan teri asin pada UKM Ikan teri asin di Pulau Pasaran ?

Jawaban : “Tidak ada riset yang pernah dilakukan”

- 3) Bagaimana perkembangan teknik pengolahan order ikan teri asin yang diterapkan UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran sejak dulu hingga sekarang ?

Jawaban : “Dahulu pemesanan hanya dari tingkat regional, dan belum menggunakan media sosial atau pemesanan online”

- 4) Bagaimana pengaruh jenis teknik pengolahan order ikan teri asin Pulau Pasaran ?

Jawaban : “ Hal tersebut berpengaruh positif pada tingkat pemesanan ikan teri asin”

- 5) Bagaimana perangkat pendukung bagi pengusaha dalam pengambilan keputusan kebijakan pengolahan order (tradisional atau terkomputerisasi) ?

Jawaban : “ Hanya berdasarkan pengalaman dan pengetahuan saja. Kegiatan order murni dipegang dan diatur seluruhnya oleh para pemilik UKM itu sendiri dan belum memiliki tenaga kera yang harus bertugas dalam proses penerimaan order”.

d. Pembelian

- 1) Apa saja alat yang dibutuhkan dalam pengolahan order hasil produksi ikan teri asin ?

Jawaban : “ Handphone pemilik UKM”

- 2) Berapa banyak alat dan bahan yang dibutuhkan dalam pengolahan order ikan teri asin ?

Jawaban : “Cukup satu buah handphone”

- 3) Apa saja faktor- faktor yang menjadi kendala mengenai pengolahan order ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada kendala yang dihadapi dalam pengelolaan order”

- 4) Bagaimana UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran menanggulangi kendala-kendala tersebut ?

Jawaban : ‘Tidak ada, karena tidak ditemukan kendala dalam pelaksanaan yang dilakukan

2. Penyimpanan barang

a. Administrasi umum

- 1) Bagaimana sistem manajemen yang diterapkan dalam mencapai tingkat efektivitas dan efisiensi pada penyimpanan barang ikan teri asin ?

Jawaban : “Penyimpanan barang tidak selalu dilakukan, karena ketika terdapat barang yang sudah dikemas, maka langsung di distribusikan ke pemesan. Bagi para pemilik UKM yang terpaksa menyimpan hasil produksinya karna ingin menstabilkan harga, ada yang hanya menitipkan ke teman yang memiliki ruang pendingin”

- 2) Bagaimana prosedur yang harus dijalankan pada tahap penyimpanan barang ikan teri asin ?

Jawaban : “Penyimpanan barang jadi ikan asin harusnya disimpan dalam ruang yang sangat dingin”

- 3) Berapa biaya yang dibutuhkan dalam proses penyimpanan barang ikan teri asin 1x produksi ?

Jawaban : “ Tidak ada, karena hasil produksi langsung didistribusikan kepada agen masing-masing yang sudah memesan

- 4) Bagaimana sistem pencatatan yang dilakukan UKM Ikan teri asin terhadap jumlah dan pembiayaan penyimpanan barang ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada, karena tidak dilakukan penyimpanan hasil produksi

- 5) Bagaimana sistem pengawasan terhadap proses penyimpanan barang ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada, karena tidak ada proses penyimpanan yang dilakukan”

b. Manajemen sumber daya manusia

- 1) Bagaimana manajemen perencanaan penempatan jumlah tenaga kerja yang bertugas pada penyimpanan barang ikan teri as

Jawaban : “Tidak ada, karena tidak ada pekerja yang bertugas pada bidang tersebut”

- 2) Bagaimana proses perekrutan pekerja yang bertugas pada penyimpanan barang ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada, karena tidak ada pekerja yang bertugas pada bidang tersebut”

- 3) Apa yang menjadi dasar penempatan para pekerja yang ditugaskan dalam penyimpanan barang ikan teri asin ?

Jawaban : : “Tidak ada, karena tidak ada pekerja yang bertugas pada bidang tersebut”

- 4) Apakah pekerja yang bertugas pada penyimpanan barang menjalani serangkaian pelatihan sebelumnya sehingga dapat bekerja sesuai harapan produsen dan tidak menimbulkan kendala apapun?

Jawaban : : “Tidak ada, karena tidak ada pekerja yang bertugas pada bidang tersebut”

- 5) Bagaimana kebijakan pengusaha dalam rangka meningkatkan pengembangan kinerja pekerja pada penyimpanan barang ikan teri asin ?

Jawaban : : “Tidak ada, karena tidak ada pekerja yang bertugas pada bidang tersebut”

- 6) Apakah pengusaha melakukan sebuah penelitian set bentuk dari pengawasan terhadap kinerja para pekerja penyimpanan barang ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada, karena tidak ada pekerja yang bertugas pada bidang tersebut”

- 7) Bagaimana sistem pembagian gaji atau kompensasi bagi para pekerja pada penyimpanan barang ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada, karena tidak ada pekerja yang bertugas pada bidang tersebut”

- 8) Apakah pengusaha memberikan jaminan keselamatan sebagai bentuk pertanggung jawaban jika terjadi kecelakaan kerja pada para pekerja penyimpanan barang ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada, karena tidak ada pekerja yang bertugas pada bidang tersebut”

c. Riset, teknologi dan pengembangan

- 1) Apakah produsen melakukan penelitian atau riset secara berkala mengenai manajemen penyimpanan barang ikan teri asin terhadap UKM sejenis ?

Jawaban : ‘Tidak ada, karena tidak terdapat kegiatan penyimpanan hasil produksi’

- 2) Bagaimana hasil riset tersebut mampu mempengaruhi perkembangan manajemen penyimpanan barang ikan teri asin pada UKM Ikan teri asin di Pulau Pasaran ?

Jawaban : “Tidak ada, karena tidak ada riset yang dilakukan mengenai hal tersebut”

- 3) Bagaimana perkembangan teknik penyimpanan barang ikan teri asin yang diterapkan UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran sejak dulu hingga sekarang ?

Jawaban : ‘Tidak ada, karena tidak terdapat kegiatan penyimpanan hasil produksi’

- 4) Bagaimana pengaruh jenis teknik penyimpanan barang yang diterapkan terhadap perkembangan produk ikan teri asin Pulau Pasaran ?

Jawaban : ‘Tidak ada, karena tidak terdapat kegiatan penyimpanan hasil produksi’

- 5) Bagaimana perangkat pendukung bagi pengusaha dalam pengambilan keputusan kebijakan penyimpanan barang ikan teri asin (tradisional atau terkomputerisasi) ?

Jawaban : ‘Tidak ada, karena tidak terdapat kegiatan penyimpanan hasil produksi’

d. Pembelian

- 1) Apa saja jenis alat dan bahan yang diperlukan dalam penyimpanan barang ikan teri asin ?

Jawaban : ‘Tidak ada, karena tidak terdapat kegiatan penyimpanan hasil produksi’

- 2) Darimana produsen UKM Ikan teri asin Pulau Pa: memperoleh bahan dan alat yang digunakan dalam penyimpanan barang ikan teri asin ?

Jawaban : ‘Tidak ada, karena tidak terdapat kegiatan penyimpanan hasil produksi’

- 3) Berapa banyak bahan dan alat yang digunakan dalam penyimpanan barang ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada”

- 4) Apa saja faktor- faktor yang menjadi kendala mengenai penyimpanan barang ikan teri asin ?

Jawaban : ‘Tidak ada, karena tidak terdapat kegiatan penyimpanan hasil produksi’

- 5) Bagaimana UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran menanggulangi kendala-kendala tersebut ?

Jawaban : ‘Tidak ada, karena tidak terdapat kegiatan penyimpanan hasil produksi’

3. Pengangkutan barang

a. Administrassi umum

- 1) Bagaimana sistem manajemen yang diterapkan dalam mencapai tingkat efektivitas dan efisiensi pada pengangkutan barang jadi ikan teri asin ?

Jawaban : “Pengusaha menggunakan angkutan becak motor, kapal (untuk pemesanan online), mobil pick up atau trek.

- 2) Bagaimana prosedur yang harus dijalankan pada pengangkutan barang jadi ikan teri asin ?

Jawaban : “ Untuk pengiriman barang pemesanan menggunakan becak motor dan kemudian disusun pada mobil L300 untuk kemudian disalurkan ke pemesan baik dari lampung maupun diluar lampung”

- 3) Bagaimana tingkat kemampuan UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran dalam pengangkutan barang jadi bahan baku ?

Jawaban : “ Dalam 1x produksi kurang lebih ada 500 kg yang dapat disalurkan”

- 4) Bagaimana sistem pencatatan yang dilakukan UKM Ikan teri asin terhadap jumlah dan pembiayaan pengangkutan barang jadi ikan teri asin ?

Jawaban : “ Pencatatan dilakukan dengan manual”

- 5) Bagaimana sistem pengawasan terhadap pengangkutan barang jadi ikan teri asin yang masuk guna menjamin keamanan produk tersebut ?

Jawaban : “ Hanya sebatas saling mengabari melalui telfon, hal ini dirasa memang sudah paling efektif dikarenakan tidak memungkinkan jika pemilik UKM ikut serta dalam proses pendistribusian dikarenakan ada banyak hal yang juga dipantau langsung.

b. Manajemen sumber daya manusia

- 1) Bagaimana manajemen perencanaan penempatan jumlah tenaga kerja yang bertugas pada pengangkutan barang jadi ikan teri asin ?

Jawaban : “ Terdapat 16 pekerja yang bertugas untuk mendistribusikan barang hasil produksi yang terbagi ke 8 unit mobil L300”

- 2) Bagaimana proses perekrutan pekerja yang bertugas pada pengangkutan barang jadi ikan teri asin ?

Jawaban : “fleksibel tapi harus bisa mengendari mobil”

- 3) Apa yang menjadi dasar penempatan para pekerja yang ditugaskan dalam pengangkutan barang jadi ikan teri asin ?

Jawaban : “pekerja harus bisa mengendarai mobil dan memiliki SIM”

- 4) Apakah pekerja yang bertugas pada pengangkutan barang jadi menjalani serangkaian pelatihan sebelumnya sehingga dapat bekerja sesuai harapan produsen dan tidak menimbulkan kendala apapun?

Jawaban : “ Tidak ada”

- 5) Bagaimana kebijakan pengusaha dalam rangka meningkatkan pengembangan kinerja pekerja pada pengangkutan barang jadi ikan teri asin ?

Jawaban : “Pemilik UKM akan terus memperkerjakannya selama ia masih bisa dipercaya dan bekerja tanpa menyalahi aturan

- 6) Apakah pengusaha melakukan sebuah penelitian sebagai bentuk dari pengawasan terhadap kinerja para pekerja pada pengangkutan barang jadi ikan teri asin ?

Jawaban : “ Tidak ada penelitian yang dilakukan, pemilik UKM hanya melihat hasil kerja yang telah dilakukan oleh pekerja tersebut”

- 7) Bagaimana sistem pembagian gaji atau kompensasi bagi para pekerja pada pengangkutan barang jadi ikan teri asin ?

Jawaban : “Gaji diberikan sekaligus saat pemberangkatan, sejumlah Rp.1.800.000.

- 8) Apakah pengusaha memberikan jaminan keselamatan sebagai bentuk pertanggung jawaban jika terjadi kecelakaan kerja pada para pekerja pada pengangkutan barang jadi ikan teri asin ?

Jawaban : “ Ya, selagi dalam proses pekerjaan dimana pemilik UKM memberikan pertanggung jawaban atas kecelakaan yang disebabkan kesalahan teknis dalam bekerja baik berb material yakni dana sumbangan atau lainnya.

c. Riset, teknologi dan pengembangan

- 1) Apakah produsen melakukan penelitian atau riset secara berkala mengenai manajemen pengangkutan barang jadi ikan teri asin terhadap UKM sejenis ?

Jawaban : “Tidak ada”

- 2) Bagaimana hasil riset tersebut mampu mempengaruhi perkembangan pengangkutan barang jadi ikan teri asin pada UKM Ikan teri asin di Pulau Pasaran ?

Jawaban : “Tidak ada”

- 3) Bagaimana perkembangan teknik pengangkutan barang jadi ikan teri asin yang diterapkan UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran sejak dulu hingga sekarang ?

Jawaban : “Tidak mengalami perubahan dari masa ke masa”

- 4) Bagaimana pengaruh jenis teknik pengangkutan barang jadi yang diterapkan terhadap perkembangan produk ikan teri asin Pulau Pasaran ?

Jawaban : “Barang dapat tersalurkan dengan cepat”

- 5) Bagaimana perangkat pendukung bagi pengusaha dalam pengambilan keputusan kebijakan dalam pengangkutan barang jadi ikan teri asin (tradisional atau terkomputerisasi) ?

Jawaban : “Kebijakan diambil oleh pemilik UKM secara mandiri tanpa pertimbangan dari siapapun, jika p melakukan penyelewengan dan perbuatan merugikan lainnya maka konsekuensi yang diperoleh yakni dipecat dari pekerjaan”

d. Pembelian

- 1) Apa saja transportasi yang diperlukan dalam tahap pengangkutan barang jadi ikan teri asin dari produsen ke pemesan ikan teri asin ?

Jawaban : “ becak motor, mobil L300”

- 2) Berapa banyak alat transportasi pengangkutan barang jadi ikan teri asin dalam 1x produksi ikan teri asin ?

Jawaban : “ 8”

- 3) Bagaimana intensitas pengangkutan barang jadi ikan teri asin pada UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran ?

Jawaban : “ pengirimas dilakukan setiap hari produksi”

- 4) Apa saja faktor- faktor yang menjadi kendala mengenai pengangkutan barang jadi ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada”

- 5) Bagaimana UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran menanggulangi kendala-kendala tersebut ?

Jawaban : “Tidak ada, karena tidak ada kendala yang menghambat dari kegiatan pengangkutan barang jadi ikan teri asin”

4. Pemasaran dan penjualan

1. Promosi

a. Administrasi umum

- 1) Bagaimana sistem manajemen yang diterapkan dalam mencapai tingkat efektivitas dan efisiensi pada promosi produk ikan teri asin ?

Jawaban : Tidak ada kegiatan promosi yang dilakukan dalam tahap pemasaran ikan teri asin”

- 2) Bagaimana prosedur yang harus dijalankan pada pada tahap promosi produk ikan teri asin ?

Jawaban : Tidak ada kegiatan promosi yang dilakukan dalam tahap pemasaran ikan teri asin”

- 3) Berapa biaya yang diperlukan pada tahap promosi produk ikan teri asin dalam 1x produksi ?

Jawaban : Tidak ada kegiatan promosi yang dilakukan dalam tahap pemasaran ikan teri asin”

- 4) Bagaimana sistem pencatatan yang dilakukan UKM Ikan teri asin terhadap jumlah dan pembiayaan promosi produk ikan teri asin ?

Jawaban : Tidak ada kegiatan promosi yang dilakukan dalam tahap pemasaran ikan teri asin”

- 5) Bagaimana sistem pengawasan terhadap promosi produk ikan teri asin guna mampu mempertahankan kepercayaan konsumen ?

Jawaban : Tidak ada kegiatan promosi yang dilakukan dalam tahap pemasaran ikan teri asin”

2. Manajemen sumber daya manusia

- 1) Bagaimana manajemen perencanaan penempatan jumlah tenaga kerja yang bertugas melakukan promosi ikan teri asin ?

Jawaban : “ Tidak ada pekerja yang bertugas pada bidang promosi”

- 2) Bagaimana proses perekrutan pekerja yang bertugas melakukan promosi produk ikan teri asin ?

Jawaban : “ Tidak ada pekerja yang bertugas pada bidang promosi”

- 3) Apa yang menjadi dasar pertimbangan penempatan para pekerja yang melakukan kegiatan promosi produk ikan teri asin ?

Jawaban : “ Tidak ada pekerja yang bertugas pada bidang promosi”

- 4) Apakah pekerja yang bertugas melakukan kegiatan promosi menjalani serangkaian pelatihan sebelumnya sehingga dapat bekerja sesuai harapan produsen dan tidak menimbulkan kendala apapun?

Jawaban : “ Tidak ada pekerja yang bertugas pada bidang promosi”

- 5) Bagaimana kebijakan pengusaha dalam rangka meningkatkan kinerja pekerja yang bertugas melakukan promosi produk ikan teri asin ?

Jawaban : “ Tidak ada pekerja yang bertugas pada bidang promosi”

- 6) Apakah pengusaha melakukan sebuah penelitian sebagai bentuk dari pengawasan terhadap kinerja para pekerja yang bertugas melakukan promosi produk ikan teri asin ?

Jawaban : “ Tidak ada pekerja yang bertugas pada bidang promosi”

- 7) Bagaimana sistem pembagian gaji atau kompensasi bagi para pekerja yang bertugas melakukan kegiatan promosi produk ikan teri asin ?

Jawaban : “ Tidak ada pekerja yang bertugas pada bidang promosi”

- 8) Apakah pengusaha memberikan jaminan keselamatan sebagai bentuk pertanggung jawaban jika terjadi kecelakaan kerja pada para pekerja yang bertugas melakukan promosi produk ikan teri asin ?

Jawaban : “ Tidak ada pekerja yang bertugas pada bidang promosi

3. Riset, teknologi dan pengembangan

- 1) Apakah produsen melakukan penelitian atau riset secara berkala mengenai manajemen promosi produk ikan teri asin terhadap UKM sejenis ?

Jawaban : “Tidak ada kegiatan promosi dalam pemasaran ikan teri asin”

- 2) Bagaimana hasil riset tersebut mampu mempengaruhi perkembangan manajemen promosi ikan teri asin pada UKM Ikan teri asin di Pulau Pasaran ?

Jawaban : “Tidak ada kegiatan promosi dalam pemasaran ikan teri asin”

- 3) Bagaimana perkembangan teknik promosi produk ikan teri asin yang diterapkan UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran sejak dulu hingga sekarang ?

Jawaban : “Tidak ada kegiatan promosi dalam pemasaran ikan teri asin”

- 4) Bagaimana pengaruh jenis teknik promosi yang diterapkan terhadap perkembangan pemasaran dan penjualan ikan teri asin Pulau Pasaran ?

Jawaban : “Tidak ada kegiatan promosi dalam pemasaran ikan teri asin”

- 5) Bagaimana perangkat pendukung bagi pengusaha dalam pengambilan keputusan kebijakan promosi produk ikan teri asin (tradisional atau terkomputerisasi) ?

Jawaban : “Tidak ada kegiatan promosi dalam pemasaran ikan teri asin”

4. Pembelian

- 1) Apa saja peralatan yang diperlukan dalam kegiatan promosi ikan teri asin ?

Jawaban : Tidak ada

- 2) Bagaimana intensitas kegiatan promosi yang dilakukan pada UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran ?

Jawaban : “Tidak ada kegiatan promosi dalam pemasaran ikan teri asin”

- 3) Apa saja faktor- faktor yang menjadi kendala mengenai kegiatan promosi ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada kegiatan promosi dalam pemasaran ikan teri asin”

- 4) Bagaimana UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran menanggulangi kendala-kendala tersebut ?

Jawaban : “Tidak ada kegiatan promosi dalam pemasaran ikan teri asin”

5. Riset pasar

a. Administrasi umum

- 1) Bagaimana sistem manajemen riset pasar yang diterapkan dalam mencapai tingkat efektivitas dan efisiensi pemasaran dan penjualan produk ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada kegiatan riset pasar dalam pemasaran ikan teri asin”

- 2) Bagaimana prosedur yang harus dijalankan pada pada tahap riset pasar produk ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada kegiatan riset pasar dalam pemasaran ikan teri asin”

- 3) Berapa biaya yang diperlukan dalam melaksanakan riset pasar ?

Jawaban : “Tidak ada kegiatan riset pasar dalam pemasaran ikan teri asin”

- 4) Bagaimana sistem pencatatan perencanaan dan hasil riset pasar produk ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada kegiatan riset pasar dalam pemasaran ikan teri asin”

- 5) Bagaimana sistem pengawasan terhadap riset pasar ikan teri asin guna menjamin tingkat pemasaran dan penjualan yang maksimal ?

Jawaban : “Tidak ada kegiatan riset pasar dalam pemasaran ikan teri asin”

b. Manajemen sumber daya manusia

- 1) Bagaimana manajemen perencanaan penempatan jumlah tenaga kerja yang bertugas pada kegiatan riset pasar produk ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada pekerja yang bertugas pada kegiatan riset pasar dalam pemasaran ikan teri asin”

- 2) Bagaimana proses perekrutan pekerja yang bertugas melakukan riset pasar produk ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada pekerja yang bertugas pada kegiatan riset pasar dalam pemasaran ikan teri asin”

- 3) Apa yang menjadi dasar penempatan para pekerja yang ditugaskan dalam melakukan riset pasar produk ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada pekerja yang bertugas pada kegiatan riset pasar dalam pemasaran ikan teri asin”

- 4) Apakah pekerja yang bertugas melakukan riset pasar menjalani serangkaian pelatihan sebelumnya sehingga dapat bekerja sesuai harapan produsen dan tidak menimbulkan kendala apapun?

Jawaban : “Tidak ada pekerja yang bertugas pada kegiatan riset pasar dalam pemasaran ikan teri asin”

- 5) Bagaimana kebijakan pengusaha dalam rangka meningkatkan pengembangan kinerja pekerja yang melakukan riset pasar produk ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada pekerja yang bertugas pada kegiatan riset pasar dalam pemasaran ikan teri asin”

- 6) Apakah pengusaha melakukan sebuah penelitian sebagai bentuk dari pengawasan terhadap kinerja para pekerja yang melakukan riset pasar produk ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada pekerja yang bertugas pada kegiatan riset pasar dalam pemasaran ikan teri asin”

- 7) Bagaimana sistem pembagian gaji atau kompensasi bagi para pekerja yg melakukan riset pasar produk ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada pekerja yang bertugas pada kegiatan riset pasar dalam pemasaran ikan teri asin”

- 8) Apakah pengusaha memberikan jaminan keamanan pada para pekerja yang melakukan riset pasar ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada pekerja yang bertugas pada kegiatan riset pasar dalam pemasaran ikan teri asin”

5. Riset, teknologi dan pengembangan

- 1) Apakah produsen melakukan penelitian atau riset secara berkala mengenai manajemen riset pasar produk ikan teri asin terhadap UKM sejenis ?

Jawaban : “ Tidak ada riset pasar yang dilakukan pada pemasaran dan penjualan ikan teri asin”

- 2) Bagaimana hasil riset tersebut mampu mempengaruhi perkembangan manajemen riset pasar produk ikan teri asin pada UKM Ikan teri asin di Pulau Pasaran ?

Jawaban : “ Tidak ada riset pasar yang dilakukan pada pemasaran dan penjualan ikan teri asin”

- 3) Bagaimana perkembangan teknik riset pasar ikan teri asin yang diterapkan UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran sejak dulu hingga sekarang ?

Jawaban : “ Tidak ada riset pasar yang dilakukan pada pemasaran dan penjualan ikan teri asin”

- 4) Bagaimana pengaruh jenis teknik riset pasar yang diterapkan terhadap perkembangan produk ikan teri asin Pulau Pasaran ?

Jawaban : “ Tidak ada riset pasar yang dilakukan pada pemasaran dan penjualan ikan teri asin”

- 5) Bagaimana perangkat pendukung bagi pengusaha dalam pengambilan keputusan kebijakan dalam melakukan riset pasar (tradisional atau terkomputerisasi) ?

Jawaban : “ Tidak ada riset pasar yang dilakukan pada pemasaran dan penjualan ikan teri asin”

e. Pembelian

- 1) Apa saja yang diperlukan dalam kegiatan pra riset pembuatan ikan teri asin ?

Jawaban : “ Tidak ada riset pasar yang dilakukan pada pemasaran dan penjualan ikan teri asin”

- 2) Berapa banyak bahan dan alat yang dibutuhkan dalam riset pasar dalam 1x produksi ikan teri asin ?

Jawaban : “ Tidak ada riset pasar yang dilakukan pada pemasaran dan penjualan ikan teri asin”

- 3) Bagaimana intensitas kegiatan riset pasar yang dilakukan pada produk ikan teri asin pada UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran ?

Jawaban : “ Tidak ada riset pasar yang dilakukan pada pemasaran dan penjualan ikan teri asin”

- 4) Apa saja faktor- faktor yang menjadi kendala mengenai riset pasar ikan teri asin ?

Jawaban : “ Tidak ada riset pasar yang dilakukan pada pemasaran dan penjualan ikan teri asin”

- 5) Bagaimana UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran menanggulangi kendala-kendala tersebut?

Jawaban : “ Tidak ada riset pasar yang dilakukan pada pemasaran dan penjualan ikan teri asin”

- f. Pelayanan
1. Komplain dan keinginan pembeli
- a. Administrasi umum

- 1) Bagaimana sistem manajemen yang diterapkan dalam mencapai tingkat efektivitas dan efisiensi respon produsen terhadap komplain dan keluhan konsumen ikan teri asin ?

Jawaban : hanya via telfon

- 2) Bagaimana prosedur yang telah diterapkan dalam perjanjian antara konsumen dan produsen ikan teri asin ?

Jawaban : Tidak ada prosedur apapun yang bersifat mengikat antara produsen dan konsumen.

- 3) Berapa biaya yang diperlukan guna menanggulangi komplain dan keluhan konsumen ikan teri asin ?

Jawaban : Tidak ada, karena sejauh ini belum pernah ada komplek dari para konsumen yang mengakibatkan adanya pengorbanan biaya yang harus dikeluarkan oleh produsen ikan teri asin Pulau Pasaran”

- 4) Bagaimana sistem pencatatan yang dilakukan UKM Ikan teri asin terhadap jumlah dan pembiayaan penanggulangan respon konsumen terhadap produk ikan teri asin ?

Jawaban : Tidak ada, karena jarang sekali produsen menerima keluhan baik dari agen ataupun konsumen sendiri.

- 5) Bagaimana sistem pengawasan mengenai respon produsen terhadap keluhan konsumen ikan teri asin ?

Jawaban : “ Tidak ada pengawasan apapun yang dilakukan dalam menangani keluhan atas produk ikan teri asin Pulau Pasaran”

b. Manajemen sumber daya manusia

- 1) Bagaimana manajemen perencanaan penempatan jumlah tenaga kerja yang bertugas menangani keluhan atau keluhan konsumen ikan teri asin ?

Jawaban : Hanya dilakukan oleh pemilik UKM sendiri

- 2) Bagaimana proses perekrutan pekerja yang bertugas merespon keluhan dan keluhan konsumen ikan teri asin ?

Jawaban : Tidak ada, karena untuk merespon keluhan hanya dilakukan oleh pemilik UKM langsung

- 3) Apa yang menjadi dasar penempatan para pekerja yang ditugaskan dalam menanggapi komplain dan keluhan konsumen produk ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada pekerja yang bertugas dalam proses merespon komplain para konsumen”

- 4) Apakah pekerja yang bertugas, menjalani serangkaian pelatihan sebelumnya sehingga dapat bekerja sesuai harapan produsen dan tidak menimbulkan kendala apapun?

Jawaban : “Tidak ada pekerja yang bertugas dalam proses merespon komplain para konsumen”

- 5) Bagaimana kebijakan pengusaha dalam rangka meningkatkan pengembangan kinerja pekerja merespon komplain dan keluhan konsumen produk ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada pekerja yang bertugas dalam proses merespon komplain para konsumen”

- 6) Apakah pengusaha melakukan sebuah penelitian sebagai bentuk dari pengawasan terhadap kinerja para pekerja yang merespon keluhan konsumen produk ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak ada pekerja yang bertugas dalam proses merespon komplain para konsumen”

- 7) Bagaimana sistem pembagian gaji atau kompensasi bagi para pekerja tersebut ?

Jawaban : “Tidak ada pekerja yang bertugas dalam proses merespon komplain para kosumen”

- 8) Apakah pengusaha memberikan jaminan keselamatan sebagai bentuk pertanggung jawaban jika terjadi kecelakaan kerja pada para pekerja tersebut ?

Jawaban : “Tidak ada pekerja yang bertugas dalam proses merespon komplain para kosumen”

c. Riset, teknologi dan pengembangan

- 1) Apakah produsen melakukan riset berkala mengenai tanggapan yang diberikan konsumen sebagai respon setelah mengkonsumsi produk ikan teri asin ?

Jawaban : Tidak ada penelitian khusus terkait hal tersebut, produsen ikan teri asin hanya mendengarkan komplain yang disampaikan secara langsung.

- 2) Bagaimana pengaruh hasil riset tersebut terhadap perkembangan pelayanan dan peningkatan kualitas produk ikan teri asin ?

Jawaban : “Tidak pernah dilakukan sebuah riset terkait hal tersebut”

- 3) Bagaimana perkembangan teknik merespon komplain dan keluhan konsumen produk ikan teri asin yang diterapkan UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran sejak dulu hingga sekarang ?

Jawaban : tidak terdapat perhatian khusus mengenai hal ini sehingga tidak ada perkembangan teknik dalam merespon komplain dari konsumen tersebut.

- 4) Bagaimana pengaruh jenis teknik yang diterapkan terhadap perkembangan kepuasan konsumen ikan teri asin Pulau Pasaran ?

Jawaban : Tidak ada perkembangan apapun karena komplain jarang diterima oleh produsen ikan teri asin di Pulau Pasaran”

- 5) Bagaimana perangkat pendukung bagi pengusaha dalam pengambilan keputusan kebijakan guna merespon komplain dan keluhan konsumen ikan teri asin (tradisional atau terkomputerisasi) ?

Jawaban : “ Tidak ada kebijakan yang diambil dalam proses menanggapi respon para konsumen ikan teri asin Pulau Pasaran”

d. Pembelian

- 1) Bagaimana penyediaan faktor pelayanan purnajual yang telah di sediakan oleh UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran ?

Jawaban : “ Komplain biasanya disampaikan melalui telkom genggam oleh agen yang menerima barang hasil produksi ikan teri asin Pulau Pasaran”

- 2) Bagaimana intensitas pelayanan terhadap komplain dan keluhan konsumen pada UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran ?

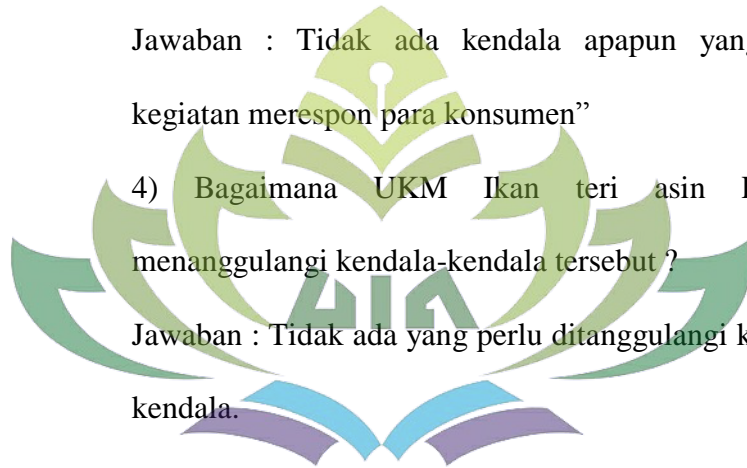
Jawaban : “ Setiap ada komplain yang masuk maka langsung dilakukan evaluasi dan perbaikan sesuai dengan komplain yang diberikan oleh konsumen atau pun agen”

- 3) Apa saja faktor- faktor yang menjadi kendala mengenai pelayanan yang dilakukan terhadap komplain dan keluhan konsumen ikan teri asin ?

Jawaban : Tidak ada kendala apapun yang menghambat kegiatan merespon para konsumen”

- 4) Bagaimana UKM Ikan teri asin Pulau Pasaran menanggulangi kendala-kendala tersebut ?

Jawaban : Tidak ada yang perlu ditanggulangi karena tidak ada kendala.



3. Lampiran Dokumentasi



Lampiran Dokumentasi



Lampiran dokumentasi



Lampiran dokumentasi



Lampiran dokumentasi



Lampiran dokumentasi



DAFTAR PUSTAKA

Abd. Haris, *Etika Hamka Konstruksi Etik Berbasis Rasional- Religius* (yogyakarta: LKIS, 2010)

Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam (Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha)* (Bandung: Alfabeta, 2013)

Abu Lubaba dan Ari Kristin Prasetyoningrum, 'Etika Bisnis Islam : Implementasi Pada UMKM Kewirausahaan', 22 (2019), 29

ACIAR, *Membuat Rantai Nilai Lebih Berpihak Pada Kaum Miskin: Buku Pegangan Bagi Praktisi Analisis Rantai Nilai*, 2012

Ahmad, Noorsiah, and Sariwati Mohd Shariff, 'Supply Chain Management: Sertu Cleansing for Halal Logistics Integrity', *Procedia Economics and Finance*, 37.16 (2016), 418–25 <[https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30146-0](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30146-0)>

Ahmad Rafiki Dan Kalsom Abdul Wahab, 'Influences Of Islamic Practices On Small Firm Performance', *Islamic Management And Business*, 5.11 (2013), 77

Ameiliati Zuliyanti Siregar dan Nurlianan Harahap, *Strategi Dan Teknik Penulisan Karya Tulis Ilmiah Dan Publikasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2019)

Anas Malik, 'Impact of Exploitation of Natural Resources Towards Community Welfare in the View of Islamic Business Ethics (Case Study of the Galian C Mine in Pasir Sakti District, East Lampung)', 5.2 (2017), 75

Asep Awaludin Prihanto, *Reaksi Kimia Produk Perikanan Tradisional* (malang: UB PRESS, 2017)

B, M. Taufan, *Sosiologi Hukum Islam Kajian Empirik Komunitas Sempalan* (yOGYAKARTA: Deepublish, 2016)

Bahrina Almas, 'Water Trade From An Islamic Business Ethics Perspective', *Education And Humanities Research (Assehr)*, 98 (2017), 300

Blocher, Chen, Cokins, dan Lin, *Cost Management Manajemen Biaya Penekanan Strategis* (salemba empat, 2007)

Bob Foster dan Iwan Shidarta, *Dasar-Dasar Manajemen* (yogyakarta: diandra kreatif, 2019)

buchori alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Dalam Islam* (bandung: alfabeta, 2003)

Crain, David W., and Stan Abraham, 'Using Value-Chain Analysis to Discover Customers' Strategic Needs', *Strategy and Leadership*, 36.4 (2008), 31 <<https://doi.org/10.1108/10878570810888759>>

Dijk, M. v., & Trienekens, J, *Global Value Chain: Linking Local Producers from Developing Countries to International Markets* (Amsterdam: Amsterdam University Press., 2011)

Edward J, Blocher, David E. Stout, Gary Cokins, *Manajemen Biaya : Penekanan Strategis Buku 1* (Jakarta: Salemba Empat, 2013)

Hazwani Ahmad Tarmizi, Int. J Sup, 'Factors Behind Third-Party Logistics Providers Readiness Towards Halal Logistics', 3.2 (2014)

Hery, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Gramedia, 2019)

Hishe, Mebrahtu, Zemedet Asfaw, and Mirutse Giday, 'Review on Value Chain Analysis of Medicinal Plants and the Associated Challenges', 4.3 (2016), 45–55

Howieson, J. , Lawley, M. dan Hastings, K., 'Value Chain Analysis: Iterative and Relational Approach to Food Agribusiness Chains, Supply Chain Management', 21.3 (2016), 360
<<https://doi.org/https://doi.org/10.1108/SCM-06-2015-0220>>

Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2015)

Julia, *Orientasi Estetik Gaya Piringan Kecapi Indung Dalam Kesenian Tembang Sunda Cianjuran Di Jawa Barat* (Jawa Barat: UPI Sumedang Press, 2018)

Keller.K.L, Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (jakarta: Erlangga, 2012)

Khan, Mohd Imran, Abid Haleem, and Shahbaz Khan, 'Defining Halal Supply Chain Management', *Supply Chain Forum*, 19.2 (2018), 122–31 <<https://doi.org/10.1080/16258312.2018.1476776>>

Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Lampung: LP2M Uin Raden Intan Lampung, 2015)

Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran : Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015)

Lubandi, C, S Lwasa, D R Kugonza, B M Babigumira, F Semahoro, and G Nadiope, 'Analysis of the Indigenous Chicken Value Chain in Uganda', 3.June 2017 (2018), 895–912

Manzilati, Asfi, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, Dan Aplikasi* (Malang: UB Press, 2017)

Marco Tieman, Van Der Vorst, & Che Ghazali, 'Principles In Halal Supply Chain Management.', *Journal Of Islamic Marketing*, 3.3 (2012), 217–43

Miftakhul Huda, 'Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam', *Jurnal El-Faqih*, 5.April (2019), 101

Mohd Roslan Mohd Nor, 'Critical Success Factors Of Halal Supply Chain Management From The Perspective Of Malaysian Halal Food Manufacturers', *Arabian Journal Of Business And Management Review*, 4.1 (2016), 19

Mohd Zulkifli Muhammad, 'An Analysis Of Islamic Ethics In Small And Medium Enterprises (Smes)', *Unitar E-Journal*, 4.1 (2008), 55

Mor, Rahul S, Arvind Bhardwaj, and Sarbjit Singh, 'A Structural Literature Review of the Supply Chain Practices in Food Processing Industry', 2018, 588–99

Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2003)

Muhammad dan Alimin, *Etika Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta: BPFE, 2004)

Muhammad Khalilur Rahman, et al, 'Ethical Implications of Sales Promotion in Malaysia: Islamic Perspective', *Journal Of Business Law And Ethics*, 2.1 (2014), 13–27

Mvumi, Brighton, Learnmore Tatenda Matsikira, and Jackqeline Mutambara, 'The Banana Postharvest Value Chain Analysis in Zimbabwe', *British Food Journal*, 118.2 (2016), 272–85 <<https://doi.org/10.1108/BFJ-08-2014-0293>>

Najmaei, Mehran, Shaheen Mansoori, Zukarnain Zakaria, and Markus Raueiser, 'Marketing from Islamic Perspective , Tapping into the Halal Market', 1.5 (2017), 53–62

No, X X I, Ioan Lucian Grigorescu, and Land Forces Academy, 'Value Chain Analysis – Basic Element of an Organization's Competitive Advantage', XXI.2 (2015), 320 <<https://doi.org/10.1515/kbo-2015-0053>>

Nurimansyah, 'Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Industri Pakaian Jadi Di Indonesia', 2011

Nurul Huda, Khamin Khudori, Rizal Fahlevi, Badrusa'diyah, Dea Maz: Dian Sugiarti, *Pemasaran Syariah Teori Dan Aplikasi*, 1st edn (Jakarta: Kencana, 2017)

Omar Dan Jaafar, 'Halal Supply Chain In The Food Industry-A Conceptual Model', 2011

Pearce, J., & Robinson, R., *Strategic Management: Formulation, Implementation, and Control* (New York: McGraw-Hill, 2011)

Ponte, Stefano, Gary Gereffi, Gale Raj-Reichert, Karina Fernandez-Stark, and Gary Gereffi, *Global Value Chain Analysis: A Primer (Second Edition), Handbook on Global Value Chains*, 2019 <<https://doi.org/10.4337/9781788113779.00008>>

Popescu, Maria, and Universitatea Transilvania Brasov, 'Value Chain Analysis in the', 4.2 (2015)

———, 'Value Chain Analysis in the Context of Quality Management', *Buletin Transilvania Universitas Braşov*, 4.53 (2015)

Porter, M, *Creating and Sustaining Superior Performance* (New York: The Free Press, 1985)

Prakash, P., Avinash Kishore, Devesh Roy, Debdutt Behura, and Sheela Immanuel, 'Biofortification for Reducing Hidden Hunger: A Value Chain Analysis of Sweet Potato in Odisha, India', *Agricultural Economics Research Review*, 30.2 (2017), 201
<<https://doi.org/10.5958/0974-0279.2017.00042.8>>

Prathama Rahardja & Mandala Manurung, *Pengantar Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)*, edisi keti (jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2016)

Razalli, Mohd Rizal, 'Managing Halal Certification Supply Chain: Determinants Success Factors Framework for a Hotel Performance', *International Journal of Supply Chain Management*, 7.1 (2018), 149–54

S, Nawatmi, 'Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam', *Jurnal Fokus Ekonomi*, 9.1 (2010), 50–58

Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Salemba Empat, 2011)

Sugiarto, Tedy Herlambang, Brastoro, Rachmat Sudjana, Said Kelana, *Ekonomi Mikro Sebuah Kajian Komprehensif* (2007: PT. Gramedia pustaka utama, 2007)

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (bandung: alfabeta, 2017)

Sungkono dan Ali Akbar Yulianto, *Manajemen Kepemimpinan Dan Kolaborasi Dalam Dunia Yang Kompetitif*, terjemahan (jakarta: salemba empat, 2008)

T.Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro* (yogyakarta, 2004)

Tieman, M., & Che Ghazali, 'Principles In Halal Purchasing. Journal Of Islamic Marketing', *Journal Of Islamic Marketing*, 4.3 (2013), 281–293.

Usman el-Qurtuby, *Al-Qur'an Cordoba Alqur'an Tajwid Dan Terjemah (Al-Qur'an Tafsir Bil Hadis)* (Bandung: Cordoba, 2013)

Wilson, J. A., & Hollensen, S., 'Assessing The Implications On Performance When Aligning Customer Lifetime Value Calculations With Religious Faith Groups And After Lifetime Values– A Socratic Elenchus Approach', *International Journal Of Business Performance Management*, 14.1 (2013), 67–94

V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015)

Yan Orgianus, *Moralitas Islam Dalam Ekonomi Dan Bisnis* (Bandung: Marja, 2012)

Yanivi Bachtiar & Cristine, *Srategic Management-Formulation, Implementation, and Control*, Terjemahan (jakarta: salemba empat, 2008)

Zamora, Elvira A., 'Value Chain Analysis: A Brief Review', *Asian Journal of Innovation and Policy*, 5.2 (2016), 116–28
<<https://doi.org/10.7545/ajip.2016.5.2.116>>

